

# **WHY STARTUP NEEDS FAIL**

## **SKRIPSI**

**Di susun Oleh :**

**ASRI WIJAYANTI  
145020107111029**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Meraih Derajat Sarjana Ekonomi**



**JURUSAN ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2018**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi

Nama : Asri Wijayanti  
 NIM : 145020107111029  
 Jurusan : Ilmu Ekonomi  
 Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
 Tempat, Tanggal Lahir : Maret, 01 Maret 1996  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Agama : Islam  
 Alamat : Juanda harapan permai G-3, Wedi, Gedangan, Jawa Timur  
 Email : [asri@jahitin.com](mailto:asri@jahitin.com)



### Riwayat Pendidikan

2002-2008 : SD Al Muslim  
 2008-2009 : SMP Negeri 1 Sidoarjo  
 2009-2011 : SMP Negeri 2 Purworejo  
 2011-2014 : SMA Negeri 1 Purworejo  
 2014-2018 : S1 Jurusan Ilmu Ekonomi, Program Studi Ekonomi Pembangunan

### Pengalaman Organisasi

- Staf Magang Departemen Kewirausahaan HMJIE FEB UB 2014
- Staf Magang Departemen Entrepreneur and Networking BEM FEB UB 2014
- Staf Tetap Departemen Entrepreneur and Networking BEM FEB UB 2015

### Pengalaman Kepanitiaan

Periode	Jabatan	Acara
2014	Staff Administrasi	GRTW
2015	Kordinator Divisi Acara	Entrepreneur Club
2015	Kordinator Divisi Marketing	Expo Universitas Kabupaten Purworejo

2015	Ass.Kordinator Divisi Humas	SOCIAL IN ACTION
2015	Ass. Kordinator Divisi Marketing	ECSOTIC
2015	Kordinator Divisi Marketing	KM FEB DAY 2
2016	Kordinator Divisi Marketing	PHOSE
2016	Kordinator Divisi Marketing	EST Brawijaya
2017	Volunteer	1000 Startup Digital



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu, yang diberi Judul *"Why Startup Needs Fail"*

Tujuan dari penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada :

1. ALLAH SWT yang selalu memberi rahmat dan karunia sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini hingga akhir.
2. Bapak Purwantoro Setiadji yang telah menurunkan gen unggul kepada penulis.
3. Mama saya, Siti Maidah, S.Kom, M.M. yang telah menanamkan semangat kewirausahaan dan juga membesarkan penulis dengan cinta dan memberikan kepercayaan penuh terhadap penulis hingga hari ini dan selalu mengingatkan betapa pentingnya pendidikan bagi penulis.
4. Kakak – kakak penulis, Mbak Merien, Mbak Ayuti, Mas Yogo yang selalu melindungi dan memberikan support baik moril maupun materiil kepada penulis sehingga penulis dapat tumbuh menjadi adik yang penuh akan cinta dan kasih.

5. Sarah dan Hamka yang membuat penulis menjadi selalu semangat setelah videocall-an meskipun seringkali ditutup duluan sebelum terhubung
6. Sahabat penulis semasa kuliah Rizka Radita dan Ajeng Mukti yang selalu ada untuk penulis di saat suka maupun duka, di saat sehat maupun sakit, di saat awal bulan maupun akhir bulan.
7. Teman teman Kos penulis, Hanifah Ramadhani Sembiring, Eva Trisnawati C, Henny Purwa Kusuma yang telah sabar dalam berteman dengan penulis dan memberikan ruang dan waktu dalam mendukung penulis dari jaman kepanitiaan hingga di era digital kini.
8. Sahabat SMA Penulis, Heti Prasekti, Annisa Alif F, Octadianti K.P, Andra Wahyu P, Rifky Wahyuda, Elia Kristianto, Abdullah Ardhi.
9. Sahabat Skripsi penulis, Fatmadina Alfia Izzata yang telah memberikan ruang kepada penulis hingga penulis dapat mendaftar hingga tahap wisuda.
10. Sahabat-sahabat "Asri's Victims" Alin, Gita dan Fath yang saling memberikan dukungan satu sama lain untuk segera lulus.
11. *Jahitin.com* yang menjadi teman begadang dalam menyelesaikan skripsi ini membutuhkan masa yang agak lebih lama.
12. Pihak – pihak terkait lainnya yang telah banyak membantu baik untuk pelaksanaan kegiatan maupun dalam penyelesaian skripsi ini.

Dapat diakui bahwa penulis tidaklah sempurna karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT begitu pula dalam penulisan ini, apabila nantinya terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan kritik dan

sarannya. Akhir kata, skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi kita semua serta generasi penerus bangsa.

Malang, 1 Januari 2018

Asri Wijayanti



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
 <b><u>BAB I PENDAHULUAN</u></b> .....	<b><u>1</u></b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
 <b><u>BAB II KAJIAN PUSTAKA</u></b> .....	<b><u>8</u></b>
2.1. Wirausahawan.....	8
2.2. Konsep <i>Startup</i> .....	9
2.2.1 Inkubator Bisnis.....	12
2.2.2. Angel Investor.....	12
2.2.3. Venture Capital.....	13
2.3. Grit.....	15
2.4. Keberhasilan dan Kegagalan Wirausaha.....	16
2.5. Penelitian Terdahulu.....	17
2.6. Kerangka Pikir.....	19
 <b><u>BAB III METODE PENELITIAN</u></b> .....	<b><u>20</u></b>
3.1. Metode Penelitian.....	20
3.2. Subjek Penelitian dan Sumber Data.....	22
a. Subjek Penelitian.....	23
b. Sumber Data.....	23
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	24
a. Wawancara.....	24
b. Dokumentasi.....	25

3.4. Teknik Analisa Data.....	26
3.5. Pemeriksaan Keabsahan Data.....	28
1. Triangulasi.....	28
<b>BAB IV.....</b>	<b>29</b>
4.1 Informan.....	30
4.2 Lokasi Penelitian.....	30
4.3. Profil Startup.. ..	32
4.4. Kegagalan sebagai pembelajaran bagi usaha rintisan.....	36
4.4.1. Jenis kegagalan yang bisa dialami startup founder....	36
4.4.2. Alasan startup founder mengalami kegagalan .....	36
4.4.3. Ketahanan startup founder dalam menghadapi kegagalan .....	37
4.4.3. Sikap yang diambil dalam menanggapi kegagalan merintis <i>Startup</i> .....	37
<b>BAB V KESIMPULAN &amp; SARAN.....</b>	<b>38</b>
5.1 Kesimpulan.....	38
5.2 Saran.....	39
Daftar Pustaka.....	41
Lampiran.....	42



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Obyek Wisata Aktif di Kabupaten Jember.....	2
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 4.1	Kunjungan Wisatawan Domestik dan Asing tahun 2011-2015 Januari Desember .....	45
Tabel 4.2	Daftar Hotel di Kabupaten Jember .....	49
Tabel 4.3	Pendaparan Sektor Pariwisata di Kabupaten Jember 5 Tahun Terakhir (2011-2015) .....	54
Tabel 4.4	Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4.5	Hasil Uji Autokorelasi .....	59
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinieritas.....	60



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Jember tahun 2009-2017 .....	4
Gambar 1.2 Tingkat Okupansi Hotel tahun 2015 (Juni-Oktober) .....	6
Gambar 1.3 Pendapatan Asli Daerah Sektor Pariwisata di Kabupaten Jember pada tahaun 2011-2015.....	7
Gambar 4.1 Peta Kabupaten Jember.....	42
Gambar 4.2. Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik 2011-2015.....	46
Gambar 4.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing 2011-2015.....	47
Gambar 4.4 Tingkat Okupansi Hotel di Kabupaten Jember 2011-2015 (Januari- Desember) .....	50



## WHY STARTUP NEEDS FAIL

Asri Wijayanti<sup>1</sup>, Dias Satria<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

[asriwijayanti701@gmail.com](mailto:asriwijayanti701@gmail.com), [dias.satria@gmail.com](mailto:dias.satria@gmail.com)

### ABSTRAK

*Startup sebagai solusi dari berbagai permasalahan di Negara Indonesia kini mulai mendapatkan sorotan karena dinilai perlu untuk diberikan perhatian lebih pasalnya pada Era Digital kini telah mulai terlihat kontribusi serta dampak nyata startup dalam memberikan perbaikan bukan hanya pada sektor ekonomi namun juga sektor sosial, budaya, pertahanan, kesehatan dan masih banyak lainnya. Besarnya market Indonesia juga merupakan peluang emas yang mampu menyelamatkan Indonesia dari Middle Income Trap pada saat terjadi Bonus Demografi di tahun 2045 ditunjukkan dengan posisi Indonesia yang berada di 4 teratas dari 5 Negara dengan pengguna Internet di Asia ditempati oleh Negara Indonesia dengan jumlah pengguna mencapai 78 juta jiwa. Pesatnya perkembangan teknologi informasi membuat pengguna internet kawasan Asia tumbuh pesat 1.319 persen sepanjang 2000-2015. Secara global angka The Valley of Death success rate 10% itu bagus, beberapa malah bilang 5%. Jadi dari 10 start-up yang dibina, belum tentu ada satu yang berhasil. Besarnya resiko kegagalan ini mencapai angka hingga 90 persen yang artinya diantara 10 Startup yang lahir hanya akan menyisakan 1 Startup yang akan bertahan. Hal inilah yang sering membuat nyali seorang Startup Founder ciut sebelum memulai, bahkan tidak jarang banyak diantara mereka yang mundur ketika menghadapi kegagalan hal ini dikarenakan mereka tidak memiliki Grit didalam jiwa mereka. Berdasarkan Hasil Penelitian, penulis menemukan bahwa setiap startup yang bertahan hingga saat ini pasti pernah merasakan kegagalan dan uniknya satu startup dan lainnya memiliki kisah dan sikap menghadapi kegagalan yang berbeda juga yang dapat menjadi sebuah pembelajaran yang amat berharga di masa yang akan datang.*

**Kata kunci:** Startup, Kegagalan, Grit, dan Solusi.

## AN ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE TOURISM INCOME OF JEMBER REGENCY

Asri Wijayanti<sup>1</sup>, Dias Satria<sup>2</sup>

Economics and Business Faculty, University of Brawijaya  
[asriwijayanti701@gmail.com](mailto:asriwijayanti701@gmail.com)<sup>1</sup>, [dias.satria@gmail.com](mailto:dias.satria@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*Startup as a solution to various problems in Indonesia is now starting to get the spotlight because it is considered necessary to be given more attention because the Digital Era has now begun to see the contribution and real impact of startups in providing improvements not only in the economic sector but also in the social, cultural and defense sectors. health and many others. The size of the Indonesian market is also a golden opportunity that is able to save Indonesia from the Middle Income Trap in the event of the Demographic Bonus in 2045 as indicated by Indonesia's position in the top 4 of the 5 countries with Internet users in Asia with 78 users. million people. The rapid development of information technology has made Asian region internet users grow rapidly by 1,319 percent during 2000-2015. Globally, the number of The Valley of Death success rate of 10% is good, some even say 5%. So from the 10 start-ups that are fostered, there is not necessarily one that is successful. The magnitude of this failure risk reaches up to 90 percent, which means that among the 10 startups born, only 1 Startup will survive. This is what often makes the guts of a Startup Founder shrivel up before starting, it is not uncommon for many of them to retreat when facing failure, because they do not have Grit in their souls. Based on the results of the study, the authors found that every startup that survives to this day must have felt a failure and unique one startup and others have stories and attitudes facing different failures as well which can be a very valuable learning in the future.*

**Key word :** *Startup, Failure, Grit, dan Solution.*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Berkembangnya Sebuah *Startup* di sebuah negara memiliki dampak positif secara langsung dan tidak langsung bagi perekonomian di suatu negara. Ketika sebuah *Startup* tumbuh dan berkembang dengan baik maka dampak yang dihasilkan juga akan semakin besar diantaranya adalah tersedianya lapangan kerja baru, menurunkan tingkat kesenjangan ekonomi, tingkat kriminalitas menurun, tekanan sosial menurun, membantu akselerasi pertumbuhan perekonomian, meningkatnya aksesibilitas masyarakat, dan banyak manfaat lainnya.

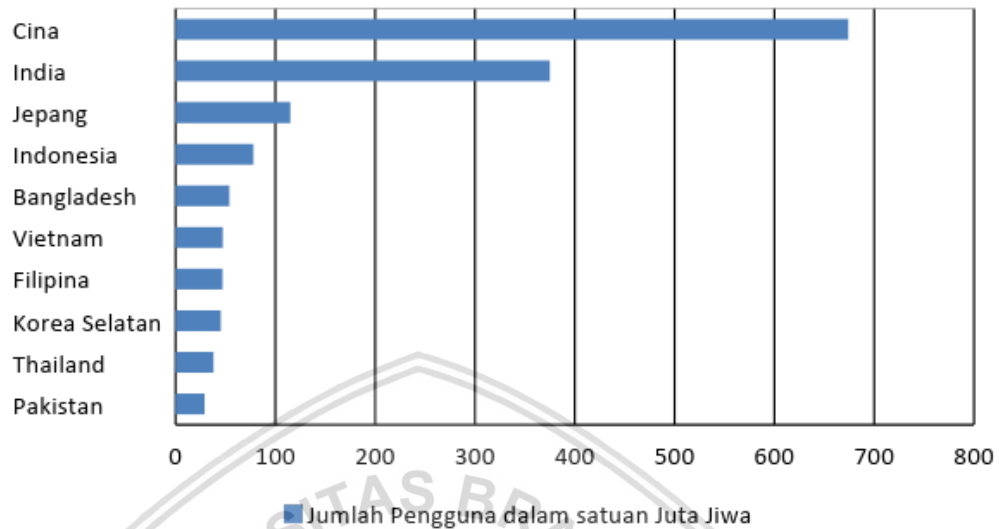
Tercatat pada akhir tahun 2013, pengguna internet di Indonesia mencapai 71,19 juta dan pada awal tahun 2014 angka ini naik menjadi 82 juta dari 250 juta jiwa total keseluruhan penduduk (APJII, 2013). Berdasarkan data tersebut pengembangan e-commerce atau bisnis online di Indonesia sangat mungkin untuk dilakukan. Hingga pada tahun 2012 mulai bermunculan banyak e-commerce di Indonesia seperti TokoBagus dan Berniaga. Perkembangan e-commerce di Indonesia dari tahun 2012 hingga tahun 2016 memiliki pertumbuhan yang cukup bagus, walaupun dari segi jumlah penjualan masih sangat rendah. Data dari lembaga riset bisnis dan pasar global ICD juga memprediksi bahwa pasar e-commerce di Indonesia akan tumbuh 42% dari tahun 2012 hingga tahun 2015. Angka ini lebih tinggi jika dibandingkan negara lain seperti Malaysia (14%), Thailand (22%), dan Filipina (28%) (Mitra, 2016). Seiring dengan pertumbuhan e-commerce

besar dari investor luar negeri seperti raksasa Lazada dan Zalora, Berrybenka, Tokopedia, Bilna, Saqina, VIP Plaza, Ralali dan masih banyak lagi; saat ini setiap tahun bahkan setiap bulan banyak founder-founder (pemilik) startup baru bermunculan. Menurut website berita teknologi dan gaya hidup modern dailysocial.net, sekarang ini terdapat setidaknya lebih dari 1500 startup lokal yang ada di Indonesia (Anonim, 2016).

Jumlah permasalahan di Indonesia sangatlah banyak dan tidak akan sanggup dihitung hanya dengan hitungan jari saja. Melimpahnya permasalahan yang ada di Indonesia inilah yang menjadi salah satu *trigger* untuk para kaum muda Indonesia dalam menciptakan solusi kreatif dengan bantuan teknologi terkini melalui Startup buatannya. Temanya juga beragam dari permasalahan akses pendidikan yang tidak merata contohnya, menjadi sebuah peluang emas bagi Startup Ruangguru untuk hadir menjadi salah satu pilihan solusi bagi permasalahan pendidikan di Indonesia. Bidang Agrikultur, terdapat Igrow yang membawa solusi untuk menghubungkan para petani lokal yang memiliki skill namun terbatas dengan dana untuk terhubung dengan para pemilik dana dan masih banyak lagi permasalahan yang menciptakan demandnya masing-masing. Besarnya demand ini juga didukung dengan tingginya jumlah penduduk yang menggunakan Internet di Indonesia saat ini, mereka adalah orang-orang yang terbiasa menggunakan gadget setiap harinya dan tentunya mereka inilah yang nantinya akan menjadi *user* dari tiap Produk yang dilaunching oleh setiap *Startup*.

#### **Grafik 1.1 Jumlah Pengguna Internet Negara di kawasan Asia, 2015**

## Jumlah Pengguna Internet Negara di Asia



Sumber : Internet Worlds Stats ( 2015)

4 dari 5 Negara dengan pengguna Internet di Asia ditempati oleh Negara Indonesia dengan jumlah pengguna mencapai 78 juta jiwa. Pesatnya perkembangan teknologi informasi membuat pengguna internet kawasan Asia tumbuh pesat 1.319 persen sepanjang 2000-2015. Menurut data Internet Worlds Stats tahun 2015, pengguna internet Asia saat ini mencapai 1,62 miliar jiwa dengan penetrasi 40,2 persen dari total populasi sebesar 4 miliar jiwa. Sebanyak 674 juta jiwa pengguna internet Asia berasal dari Cina. Besaran angka ini menyatakan bahwa Indonesia merupakan Negara Yang Potensial untuk tumbuhnya sebuah startup, bayangkan dengan jumlah rasio pengguna internet Indonesia yang jumlahnya dibawah 40 persen saja Indonesia telah berhasil menciptakan 4 Startup Unicorn (Startup dengan valuasi lebih dari 1 milyar dolar Amerika), bagaimana jika angkanya terus meningkat? Selain itu tingginya pengguna Internet di Asia juga tentunya akan memudahkan Startup Local untuk melakukan *scale up* ke negara-negara tetangga di kawasan Asia.



Menurut Center for Human Genetic Research (CHGR), pada 2016 tercatat sebagai negara yang memiliki jumlah start-up (perusahaan rintisan) tertinggi di Asia Tenggara, yakni mencapai sekitar 2.000. Pada 2020 jumlah ini diproyeksikan akan bertambah dan mencapai 13.000. Entah angka tersebut akan bisa tercapai atau tidak karena menurut Perusahaan modal ventura Eastventure dalam keterangan tertulis pada Jumat (28/07) menyatakan bahwa kemunculan *startup* di Indonesia turun sebesar 23% pada paruh I 2017 secara tahunan.

Indonesia has a strong macroeconomic outlook and favorable demographics

Indonesia consumer trends 2016 vs. 2021



Sources: BPS, Bappenas, EU, Nielsen, World Bank, UN, Statista; A.T. Kearney analysis

Google

AT Kearney

AMVESINDO

Sumber : BPS, Bappenas, Nielsen, World Bank, UN, Statista; A.T. Kearney Analysis ( 2017)

Menurut data yang dihimpun AJ Kearney dan Google dari berbagai sumber, angka Gross Domestic Product (GDP) per kapita di Indonesia akan naik dari angka US\$3600 (sekitar Rp48 juta) di tahun 2016 menjadi US\$5700 (sekitar Rp76 juta) di tahun 2021. Hal ini pun akan sejalan dengan peningkatan penetrasi internet dari yang saat ini hanya bisa menjangkau 85 juta orang, menjadi 148 juta orang. Jumlah orang yang berbelanja *online* di tanah air pun bisa meningkat dari angka 11 juta menjadi 42 juta orang di tahun 2021 nanti. Ini adalah potensi yang sangat besar



bagi Indonesia untuk mendorong pertumbuhan Ekonomi melalui Ekonomi kreatif dan ekonomi digital.

Namun sayangnya setiap *Startup* yang lahir memiliki resiko besar untuk gagal. Menurut Deputy Akses Permodalan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Fadjar Hutomo, hanya 1 dari 10 start-up yang berhasil, bahkan di Silicon Valley. Secara global angka *The Valley of Death success rate* 10% itu bagus, beberapa malah bilang 5%. Jadi dari 10 *start-up* yang dibina, belum tentu ada satu yang berhasil. Besarnya resiko kegagalan ini mencapai angka hingga 90 persen yang artinya diantara 10 *Startup* yang lahir hanya akan menyisakan 1 *Startup* yang akan bertahan. Hal inilah yang kadang membuat nyali seorang *Startup Founder* ciut sebelum memulai, bahkan tidak jarang banyak diantara mereka yang mundur ketika menghadapi kegagalan meskipun setiap tahunnya masih terus bermunculan *Startup* baru yang membawa ide solutif untuk permasalahan yang di Indonesia ada saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti pada Tahun 2017 yang dilakukan dengan CEO CodeInk Hiro Whardana, kegagalan dalam sebuah *Startup* bukanlah suatu hal yang bernilai mutlak. Menurut Hiro yang pernah merasakan jatuh bangun dalam membangun sebuah *Startup*, sebuah *Startup* bisa dikatakan gagal ketika foundernya memutuskan untuk menutup dan tidak lagi memiliki keinginan untuk melanjutkannya sama sekali. Sebagai seorang *Startup* founder, Ia percaya bahwa gagal tidaknya sebuah *Startup* adalah sebuah hal yang relatif.

Sejalan dengan penelitian ini, narasumber yang dipilih adalah mereka yang sedang membangun sebuah *Startup* dan juga merasakan kegagalan dan jatuh

bangun dalam dunia *Startup* karena dengan pengalaman yang mereka miliki diharapkan dapat memberikan pelajaran berharga dan inspirasi dalam penelitian ini. Selain itu narasumber penelitian ini adalah mereka yang berumur diatas 19 tahun. Dimana mereka telah masuk dalam kategori usia perkembangan dewasa awal. Pada tahap perkembangan manusia masa dewasa awal, manusia memiliki kesadaran bahwa dirinya adalah bagian dari lingkungan sehingga mereka cenderung menjadi pribadi yang memiliki tanggungjawab dan lebih peka terhadap permasalahan yang ada di lingkungannya sehingga mereka cenderung memiliki semangat yang membara juga idealisme yang didapat dari pendidikan formalnya untuk meniti karir dalam rangka memantapkan kehidupan ekonomi. Selain itu mereka juga memiliki sifat terbuka terhadap hal-hal baru dan mereka sudah familiar dengan perkembangan teknologi yang cepat (*tech savvy*). Sebagai upaya untuk menjawab permasalahan ini, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul "*Why Startups Needs Fail*".

## **2. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merumuskan poin permasalahan yaitu, Mengapa kegagalan menjadi suatu hal yang dibutuhkan dalam membuat sebuah usaha rintisan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Kegagalan adalah suatu hal yang dibutuhkan dalam membuat sebuah usaha rintisan.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti untuk menjelaskan tentang faktor kegagalan *Startup* digital di Indonesia.
2. Dapat menjadi pembelajaran dan evaluasi bagi para *Startup founder* lainnya untuk mengurangi risiko kegagalan yang ada.
3. Dapat bermanfaat bagi pembaca untuk mempelajari faktor kegagalan *Startup* sebagai referensi penelitian yang relevan untuk peneliti selanjutnya.



## BAB II

### PETA TEORI WIRAUSAHA

#### 2.1. Wirausahawan

Sementara itu Kewirausahaan (entrepreneur) adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian. Penrose (1963) melalui Wikipedia menyatakan bahwa kegiatan kewirausahaan mencakup identifikasi peluang-peluang di dalam sistem ekonomi. Harvey Leibenstein (1968, 1979) berpendapat bahwa kewirausahaan mencakup kegiatan yang dibutuhkan untuk menciptakan atau melaksanakan perusahaan pada saat semua pasar belum terbentuk atau belum teridentifikasi dengan jelas, atau komponen fungsi produksinya belum diketahui sepenuhnya. Menurut Riyanti dalam Arman (2007) dalam Siregar (2009) definisi wirausaha adalah orang yang menciptakan kerja bagi orang lain dengan cara mendirikan, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri serta bersedia mengambil risiko pribadi untuk menemukan peluang berusaha dan secara kreatif menggunakan potensi-potensi dirinya untuk mengenali produk, mengelola, dan menentukan cara produksinya, menyusun operasi untuk pengadaan produk, serta mengatur permodalan operasinya.

Umumnya orang-orang yang berkepribadian wirausaha memiliki cara berpikir yang berbeda dari manusia pada umumnya. Mereka mempunyai motivasi, panggilan

jiwa, persepsi dan emosi yang sangat terkait dengan nilai-nilai, sikap, dan perilaku sebagai manusia unggul. Untuk dapat mencapai tujuan yang diharapkan, maka setiap orang memerlukan ciri-ciri dan juga memiliki sifat-sifat dalam kewirausahaan. Ciri-ciri seorang wirausaha adalah: percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, pengambil risiko, kepemimpinan, keorisinilan, berorientasi ke masa depan, jujur dan tekun. McClelland dalam Arman (2007) dalam Siregar (2009) merinci karakteristik wirausaha sebagai berikut:

- (a) Lebih menyukai pekerjaan dengan risiko yang realistis,
- (b) Bekerja lebih giat dalam tugas-tugas yang memerlukan kemampuan mental,
- (c) Tidak bekerja lebih giat karena adanya imbalan uang,
- (d) Ingin bekerja pada situasi di mana dapat diperoleh pencapaian pribadi (personal achievement),
- (e) Menunjukkan kinerja yang lebih baik dalam kondisi yang memberikan umpan balik yang jelas dan positif,
- (f) Cenderung berfikir ke masa depan serta memiliki pemikiran jangka panjang.

## 2.2. Konsep *Startup*

Pada dasarnya *Startup* adalah pengimplementasian dari *Businessplan* dimana segala sesuatu yang telah direncanakan dan diproyeksikan dalam rencana bisnis dituangkan dan direalisasikan dalam bentuk *Startup*. Menurut Paul Graham: “*Startup* is a company designed to grow fast” (Paul Graham, 2012), sedangkan menurut Eric Ries: “*Startup* is a human institution design that create something new

under condition extreme and serenity. It doesn't say about what size of the company or what sector of industry, it just says we're trying to do institution building when we don't know what we don't know" (Eric Ries, 2012).

*Startup Business* didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan keterbatasan sejarah, masih baru yang biasanya mengenai pencarian produk dan pasar Kidder (2012:13). Di mana tujuan dari *Startup Business* adalah menemukan pasar yang cocok dengan produk dan jasa baru yang akan ditawarkan Kidder (2012:9). Pengusaha yang berada dalam masa *Startup Business* diibaratkan sedang menjalani sebuah perjalanan yang masih belum teridentifikasi serta terdapat hal-hal yang menakutkan dan mendebarkan sehingga diperlukan persiapan yang matang Kidder (2012:11) Hal-Hal dalam *Startup Business* Dalam tahap *Startup Business*, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan oleh pengusaha agar lebih memudahkan dalam menjalankan tahap *Startup Business* menurut Duncan (2011:16). Diantaranya adalah:

1. Kategori dari usaha yang dibangun
2. Usaha yang akan dibangun merupakan produk atau jasa
3. Produk atau jasa yang ditawarkan bermacam-macam atau tunggal
4. Biaya yang dikeluarkan untuk menciptakan produk atau jasa tersebut
5. Harga yang ditawarkan pada pelanggan
6. Apakah margin harga realistis
7. Kesesuaian produk atau jasa dan harga dengan kebutuhan pasar

#### 8. Penentuan jumlah pemasukan dan keuntungan yang ditargetkan.

Istilah *Startup* mulai populer pada waktu terjadinya gelembung dot-com (*dot-com bubble*) dimana pada waktu itu (1998-2000) banyak perusahaan memanfaatkan internet dengan membuat website perusahaan guna memperluas usahanya. Kehadiran internet yang mulai berkembang dan mulai dikenal masyarakat dimanfaatkan untuk membuka bisnis berbasis internet. Bisnis-bisnis baru yang memanfaatkan teknologi internet ini kemudian dikenal dengan istilah *Startup*.

Bisnis berbasis internet pun semakin berkembang namun tidak semuanya sukses. Banyak bisnis yang gagal dalam tempo yang singkat. Master investasi Warren Buffett mengatakan bahwa banyak investor telah terhipnotis oleh kenaikan drastis saham bisnis berbasis teknologi internet dan berkomentar keras terhadap dot.com (website bisnis berbasis internet) yang menerbitkan saham lalu menutup toko online-nya beberapa bulan kemudian. Contoh yang paling sukses memulai bisnis *Startup* ini adalah Google dan Yahoo.

Dengan demikian pengertian bisnis *Startup* adalah memulai bisnis baru secara online dengan menggunakan perangkat teknologi komputer dan jaringan internet. Sedangkan kriteria yang termasuk bisnis *Startup* secara umum adalah:

- a. Basis bisnis adalah jaringan internet melalui website
- b. Produk yang ditawarkan berupa aplikasi digital atau jasa layanan digital
- c. Masih dalam tahap berkembang atau bisnis kurang dari 3 tahun
- d. Jumlah pegawai tidak lebih dari 20 orang
- e. Pendapatan per tahun di bawah \$ 100.000



### 2.2.1 Inkubator Bisnis

National *Bussiness* Incubator Association (NBIA), mendefinisikan Inkubator Bisnis sebagai proses dukungan bisnis yang dapat mempercepat keberhasilan pengembangan *Startup* dan perusahaan pemula dengan menyediakan berbagai sumber daya dan layanan yang diperlukan kepada para pengusaha. Layanan ini biasanya dikembangkan atau diatur oleh manajemen inkubator dan ditawarkan baik dalam Inkubator Bisnis itu sendiri dan melalui jaringan yang dimiliki oleh Inkubator Bisnis.<sup>1</sup>

Sebuah thesis tahun 2012 berjudul “*The ‘Bussiness Accelerator’: Just a Different Name for a Bussiness Incubator?*”<sup>2</sup> menjelaskan bahwa tujuan utama dari Inkubator Bisnis adalah untuk menciptakan lingkungan bisnis yang menguntungkan bagi perusahaan *Startup* untuk mengkompensasi kurangnya keuangan, pengetahuan dan jaringan sumber daya yang umumnya mereka miliki.

Baik penjelasan dari NBIA maupun dari thesis tersebut di atas, Inkubator Bisnis secara umum akan menyediakan:

- a. Ruang kantor
- b. Peralatan penunjang
- c. Layanan administrasi
- d. Layanan operasional bisnis lainnya.

### 2.2.2. Angel Investor

Angel investor biasanya merupakan individu yang memiliki *high status*. Mereka umumnya orang kaya, pengusaha sukses (terutama yang bergerak di bidang ICT), yang menggunakan kekuatan finansialnya untuk membiayai kelahiran atau pertumbuhan *Startup*. Angel investor yang berasal dari bidang ICT



lebih diutamakan oleh para *Startup* dikarenakan mereka lebih mengerti situasi yang dihadapi oleh *Startup* serta mereka memiliki jejaring yang luas ketika para pendiri *Startup* memerlukan bantuan dan saran yang berhubungan dengan bisnis yang dijalankan oleh para *Startup*.

Beberapa Angel Investor bergabung dalam sebuah perkumpulan atau sindikasi. Biasanya terpusat di daerah yang memang terdapat banyak *Startup* yang berkembang, misalnya di Jakarta yang memiliki jumlah *Startup* terbanyak di Indonesia. Jumlah *angel investor* yang peduli terhadap *Startup* memang masih sedikit di Indonesia, namun kehadirannya selain menjadi investor juga menjadi mentor dan penasehat para *Startup* dalam mengembangkan bisnis.

### 2.2.3. Venture Capital

*Venture Capital* pada dasarnya dikelola secara independen, diamanatkan untuk mengumpulkan modal yang memiliki fokus dan perhatian pada ekuitas yang terkait dengan investasi pada perusahaan swasta dan perusahaan yang memiliki pertumbuhan tinggi dan membutuhkan biaya tambahan. *Venture capital* berinvestasi menggunakan uang orang lain yang menipkan uangnya pada mereka. *Venture capital* cenderung bukan menjadi investor pertama saat *Startup* baru berjalan, tetapi setelah mulai berkembang. Beberapa *venture capital* yang dikenal di dunia *Startup* Indonesia antara lain:

- a. East Ventures

folio :

**st Ventures**

estory, Cicil.

## b. CyberAgent Ventures

i:



a, East Venture

## c. 500 Startups

i:

3DC



## d. Emtek Group

i:

k, Kudo



### 2.3. Grit

Grit didefinisikan sebagai ketahanan dan semangat untuk mencapai tujuan jangka panjang (Duckworth, 2007). Dr Angela Lee Duckworth adalah asisten profesor psikologi di University of Pennsylvania yang mempelajari kompetensi non-IQ, *self-control* dan *grit*, yang memprediksi kesuksesan baik secara akademis dan profesional. Sedangkan pengertian *grit* menurut *U.S. Departement of Education* sebagai ketahanan untuk mencapai tujuan yang luhur atau jangka panjang menghadapi tantangan dan rintangan, menggunakan sumber daya psikologis

siswa, seperti *academic mindsets*, *effortful control*, dan *strategi*. *Grit* ditunjukkan dengan bekerja keras menghadapi tantangan, mempertahankan usaha dan minat selama bertahun-tahun meskipun dihadapkan pada kegagalan, tantangan, dan kesulitan pada prosesnya.

*Grit* dalam psikologi adalah, sifat non-kognitif positif berdasarkan semangat individu untuk tujuan jangka panjang, ditambah dengan motivasi yang kuat untuk mencapai tujuan masing-masing. Ketahanan dalam berusaha mengatasi hambatan atau tantangan untuk mencapai hasil yang diinginkan dan berfungsi sebagai kekuatan pendorong dalam pencapaian. Konsep umumnya terkait dalam bidang psikologi termasuk ketekunan, tahan banting, ketahanan, ambisi, kebutuhan untuk berprestasi dan kesadaran. Orang yang *gritty* memandang prestasi sebagai sebuah marathon: keunggulannya adalah stamina. Pada saat orang lain merasa kecewa dan bosan pada sesuatu sehingga mengubah haluan dan mundur, orang dengan *grit* yang tinggi tetap berusaha pada hal yang telah dipilihnya. (Duckworth, 2007) Pentingnya *grit* dalam memprediksi keberhasilan jangka panjang telah diuji pada lebih dari sepuluh ribu orang dan orang yang *gritty* memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi, mahasiswa yang *gritty* memiliki IPK tinggi.

#### 2.4. Keberhasilan dan Kegagalan Wirausaha

Seperti yang telah dikemukakan, bahwa keberhasilan atau kegagalan wirausaha sangat tergantung pada pada kemampuan pribadi wirausaha. Zimmerer (1996: 14-15) mengemukakan beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha barunya adalah:

1. Tidak kompeten dalam manajerial. Tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama yang membuat perusahaan kurang berhasil.
2. Kurang berpengalaman. Baik dalam kemampuan teknik, kemampuan memvisualisasikan usaha, kemampuan mengkoordinasikan, ketrampilan mengelola sumber daya manusia, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi perusahaan.
3. Kurang dapat mengendalikan keuangan. Agar perusahaan dapat berhasil dengan baik faktor yang paling utama dalam keuangan adalah memelihara aliran kas. Mengatur pengeluaran dan penerimaan secara cermat. Kekeliruan dalam memelihara aliran kas akan menghambat operasional perusahaan dan akan mengakibatkan perusahaan tidak lancar.
4. Gagal dalam perencanaan. Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali gagal dalam perencanaan maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan.
5. Lokasi yang kurang memadai. Lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis dapat mengakibatkan perusahaan sukar beroperasi karena kurang efisien.
6. Kurangnya pengawasan peralatan. Pengawasan erat kaitannya dengan efisiensi dan efektifitas. Kurang pengawasan dapat mengakibatkan penggunaan alat tidak efisien dan tidak efektif.

7. Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha. Sikap yang setengah-setengah dalam usaha akan mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi labil dan gagal. Dengan sikap setengah hati kemungkinan gagal akan besar.
8. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/ transisi kewirausahaan. Wirausaha yang kurang siap menghadapi dan melakukan perubahan, maka ia tidak ada jaminan untuk menjadi wirausaha yang berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat peralihan setiap waktu.

### 2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai kewirausahaan yang berkaitan dengan startup atau teori kegagalan telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti sebagai berikut:

No	Tahun	Nama	Judul	Hasil
----	-------	------	-------	-------

1.	2017	<b>Zihramna Afdi<sup>1</sup>, Bambang Purwanggono<sup>2</sup></b>	Perancangan Strategi Berbasis Metodologi Lean Startup Untuk Mendorong Pertumbuhan Perusahaan Rintisan Berbasis Teknologi di Indonesia	Terdapat 8 variabel yang mempengaruhi keberlangsungan proses pertumbuhan perusahaan rintisan berbasis teknologi yaitu, formulasi strategi, strategi human resources, strategi finansial, strategi budaya perusahaan, strategi aspek produksi & layanan konsumen, strategi aktivitas inovasi & penelitian pengembangan, evaluasi strategi & pengukuran performa bisnis, aspek legal & ekosistem perusahaan.
3.	2013	<b>P. Julius F. Nagel</b>	Studi Eksploratori Pola Atribusi Keberhasilan dan Kegagalan Bisnis: Sebuah Persepsi dari Pengusaha Kecil dan Mikro Pribumi dan Tionghoa Di Surabaya	faktor-faktor berikut adalah penyebab kegagalan yang utama, antara lain: Manajerial yang tidak kompeten, kurang memberi perhatian, sistem kontrol yang lemah, kurangnya modal, tarif pajak yang tinggi, hutang perusahaan, mengelola bisnis dengan tidak baik ( <i>poor management</i> ), masalah pendanaan, kekeliruan strategik ( <i>strategic errors</i> ), kesalahan

				manajemen dalam mengidentifikasi relasi bisnis kunci, kurangnya perencanaan yang matang, lemahnya keterampilan di bidang keuangan, pelaporan manajemen yang buruk, optimisme yang berlebihan.
--	--	--	--	---



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Perreault dan McCarthy (2006: 176) mendefinisikan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang berusaha menggali informasi secara mendalam, serta terbuka terhadap segala tanggapan dan bukan hanya jawaban ya atau tidak. Penelitian ini mencoba untuk meminta orang-orang untuk mengungkapkan berbagai pikiran mereka tentang suatu topik tanpa memberi mereka banyak arahan atau pedoman bagaimana harus berkata apa.

Menurut Moleong (2011: 6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*, bahkan samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bias menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling



lainnya. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2009:56).

Periset adalah bagian integral dari data, artinya periset ikut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan. Dengan demikian, periset menjadi instrument riset yang harus terjun langsung di lapangan. Karena itu penelitian kualitatif bersifat subjektif dan hasilnya lebih kasuistik, bukan untuk digeneralisasikan. Desain riset dapat berubah atau disesuaikan dengan perkembangan riset.

Secara umum, riset yang menggunakan metodologi kualitatif mempunyai ciri-ciri sebagai berikut (Kriyantono, 2009: 57-58):

1. Intensif, partisipasi periset dalam waktu lama pada *setting* lapangan, periset adalah instrumen pokokriset.
2. Perekaman yang sangat hati-hati terhadap apa yang terjadi dengan catatan-catatan di lapangan dan tipe-tipe lain dari bukti-buktidokumenter.
3. Analisis data lapangan.
4. Melaporkan hasil termasuk deskripsi detail, *quotes* (kutipan-kutipan) dan komentar-komentar.
5. Tidak ada realitas yang tunggal, setiap periset mengkreasi realitas sebagai bagian dari proses risetnya. Realitas dipandang dinamis dan sebagai produk konstruksi sosial.
6. Subjektif dan berada hanya dalam referensi periset. Periset sebagai sarana penggalian interpretasi data.
7. Realitas adalah holistik dan tidak dapat dipilah-pilah.

8. Periset memproduksi penjelasan unik tentang situasi yang terjadi dan individu-individunya.
9. Lebih pada kedalaman (*depth*) daripada keluasan (*breadth*).
10. Prosedur riset: empiris-rasional dan tidakberstruktur.
11. Hubungan antara teori, konsep, dan data: data memunculkan atau membentuk teori baru.

### 3.2. Subjek Penelitian dan Sumber Data

Informan dalam penelitian ini ialah orang-orang yang mempunyai peran ataupun kewenangan dalam suatu fenomena yang sedang diteliti. Informan dalam penelitian ini ditentukan dengan metode purposive sampling. Menurut Sugiyono (2008) Purposive sampling merupakan teknik dalam mencari informan atau sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.

Pertimbangan yang diperhatikan dalam penelitian ini dimana informan atau sampel tersebut dianggap mengetahui tentang permasalahan yang sedang diteliti atau informan yang dipilih memiliki jabatan tertentu di lokasi penelitian sehingga dapat memudahkan penulis dalam menjelajahi objek atau situasi sosial yang sedang diteliti. Menurut Nasution dalam (Sugiyono, 2008) penentuan informan atau sumber data dianggap telah cukup apabila sudah sampai pada taraf "*redundancy*" (data yang diterima sudah jauh dari permasalahan yang diteliti serta informan tersebut tidak memberikan informasi yang baru), hal itu artinya bahwa diperbolehkan untuk

mencari informan baru apabila informan yang lama sudah tidak dapat memberikan tambahan informasi yang baru dan benar.

Metode purposive sampling akan dilakukan pada informan utama yang menjadi objek penelitian yaitu Para Pendiri *Startup*. Pada umumnya, dalam penelitian kualitatif tidak diperlukan informan dalam jumlah banyak, melainkan kecukupan serta kesesuaian informasi yang di dapat dalam penelitian.

### 1. Subjek Penelitian

Riset kualitatif tidak bertujuan untuk membuat generalisasi hasil riset. Hasil riset lebih bersifat kontekstual dan kausistik, yang berlaku pada waktu dan tempat tertentu sewaktu riset dilakukan, karena itu pada riset kualitatif tidak dikenal istilah sampel. Sampel pada riset kualitatif disebut informan atau subjek riset, yaitu orang-orang dipilih untuk diwawancarai atau diobservasi sesuai tujuan riset. Disebut subjek riset, bukan objek, karena informan dianggap aktif mengkonstruksi realitas, bukan sekedar objek yang hanya mengisi kuesioner (Kriyantono, 2009: 163).

Informan yang dijadikan sebagai subjek penelitian yaitu 4 orang pelaku / *founder startup*, sebagai berikut:

- a. Zaky Zakaria -Dukung.id
- b. Viera Wachmawati - Cooltura
- c. Bryan Karno Jan - Mendekor
- d. Fafa - Qtaaruf

### 2. Sumber Data

Sejalan dengan penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data primer. Sumber data primer didapatkan secara langsung dari responden dengan melakukan wawancara secara langsung yang dilakukan dengan para pelaku / founder startup itu sendiri.

Kriteria pemilihan informan didasarkan pada tiga hal, yaitu sebagai berikut:

1. Memiliki *Startup*
2. Pernah mengalami kegagalan dalam menjalankan *Startup*
3. Berusia 19 tahun keatas.

Informan pada penelitian ini adalah remaja berusia 19 tahun ke atas karena usia itu dinilai sudah cukup mampu memberikan pendapat dan pernyataan yang tidak berubah-ubah dan mereka termasuk dalam kategori *tech savvy*.

Dalam penelitian kualitatif, data utama diperoleh dari peneliti sendiri yang secara langsung mengumpulkan informasi yang didapat dari subjek penelitian yaitu tiga Pendukung Ekosistem Startup di wilayah Surabaya dan ditambah dengan bantuan orang lain. Penelitian ini dilakukan secara intensif lewat wawancara dengan informan, serta penelaahan melalui literatur.

### 3.3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Ada beberapa teknik atau metode pengumpulan data yang biasanya dilakukan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan salah satu atau gabungan dari metode yang ada tergantung masalah yang dihadapi (Kriyantono, 2009:93). Teknik pengumpulan data yang

digunakan dalam penelitian ini,antarlain:

### 1. Wawancara

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Maksud mengadakan wawancara, seperti ditegaskan oleh Lincoln dan Guba (1985: 186) dalam Moleong (2011: 186), antara lain: mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntunan, kepedulian, dan lain-lain kebulatan; merekonstruksi kebulatan - kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu; memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang diharapkan untuk dialami pada masa yang akan datang; memferivikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota.

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara baku terbuka, yakni menggunakan pertanyaan baku. Urutan pertanyaan, kata-kata, dan cara penyajiannya pun sama untuk setiap responden. Keluwesan mengadakan *pertanyaan pendalaman (probing)* terbatas, dan hal itu bergantung situasi wawancara dan kecakapan pewawancara. Wawancara demikian digunakan jika dipandang sangat perlu untuk mengurangi sedapat-dapatnya variasi yang bisa terjadi antara seorang terwawancara dengan yang lainnya. Maksud pelaksanaan tidak lain merupakan usaha untuk menghilangkan kemungkinan terjadi kekeliruan (Moleong, 2011: 188). Secara spesifik agar

lebihmuda

wawancara digunakan dengan teknik wawancara terstruktur karena peneliti menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan (Moleong, 2011:190).

## 2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi menurut Arikunto (2006:72) ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen- dokumen. Pada pelaksanaannya data dokumentasi merupakan data sekunder yaitu data informasi yang terkait dengan masalah penelitian yang diperoleh dari buku, internet, majalah, surat kabar, dan dokumen-dokumen yang terkait.

### 3.4. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian dengan menggunakan metode analisis data kualitatif. Menurut Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2008) berpendapat bahwa kegiatan dalam analisis data kualitatif dilakukan dengan cara terus-menerus hingga tuntas dalam bentuk laporan penelitian atau sampai data di titik mengalami kejenuhan.

Dalam menganalisis data yang diperoleh maka akan dilakukan pengolahan dan penganalisan sesuai dengan kategori dan sifat karakteristik data, yaitu pendeskripsian. Pendeskripsian dalam hal ini yaitu meliputi upaya untuk menjelaskan mengapa kegagalan menjadi suatu hal yang dibutuhkan para usaha rintisan. Analisis data adalah upaya untuk mencari data secara sistematis yang didasari atas catatan-catatan yang telah dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan

lain sebagainya. Hal itu untuk meningkatkan pemahaman penelitian terhadap obyek dan subyek yang sedang diteliti. Ada empat tahapan yang digunakan dalam menganalisis data secara keseluruhan, antara lain yaitu;

1. Pengumpulan Data Data-data yang dikumpulkan ataupun yang didapat oleh peneliti merupakan hasil dari wawancara, etnografi visual, observasi, dokumentasi, dan lain sebagainya. Data-data yang diperoleh tersebut merupakan data mentah yang perlu dilakukan pemilihan untuk menemukan isu-isu utama dalam masalah yang sedang diteliti agar lebih fokus.

2. Reduksi Data Reduksi data adalah bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, menajamkan, serta mengorganisasikan data secara rapih dan tersusun dengan baik sehingga 36 dapat menarik kesimpulan akhir dari permasalahan yang diteliti Miles dan Huberman, dalam Sugiyono (2008). Maksud utama dalam mereduksi data ialah untuk memperoleh data yang lebih tajam serta lebih fokus terhadap permasalahan penelitian sehingga dapat dengan mudah dalam menarik kesimpulan akhir.

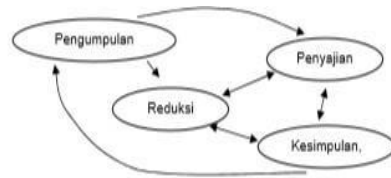
3. Penyajian Data Penyajian data merupakan data yang dihasilkan melalui proses reduksi. Dimana data akan langsung dikumpulkan dan disajikan menjadi sekumpulan informasi yang tersusun yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan serta pengambilan tindakan.

4. Penarikan Kesimpulan Dalam penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara berkelanjutan selama penulis melakukan penelitian. Penarikan kesimpulan ini dimaksudkan agar mengetahui lebih dalam mengenai objek yang sedang diteliti.



Sehingga hal tersebut dapat mempermudah dalam mengetahui isu utama dari permasalahan yang sedang diteliti.

Gambar 3.1: Tahap Pengumpulan dan Analisis Data



Gambar 3.1.  
Komponen-Komponen analisis data: model interaktif  
Sumber: Miles dan Huberman (2009:20)

Sumber : Sugiyono, 2008

### 3.5.Pemeriksaan Keabsahan Data

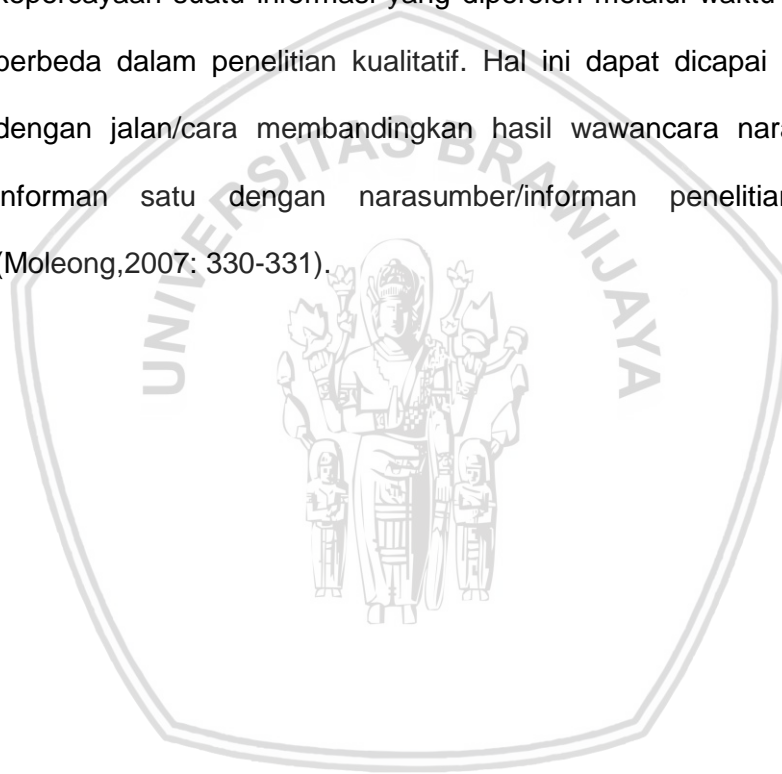
Dalam penelitian kualitatif, data yang telah berhasil digali, dikumpulkan dan dicatat dalam kegiatan penelitian harus diusahakan kemantapan dan kebenarannya. Oleh karena itu peneliti harus memilih dan menentukan cara-cara yang tepat untuk mengembangkan validitas data yang diperolehnya. Cara pengumpulan data yang beragam tekniknya harus sesuai dan tepat untuk menggali data yang benar-benar diperlukan bagi penelitian.

Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, validitas dan reabilitas data yang akan digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan teknik sebagai berikut:



### 1. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Lebih spesifik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber, yakni membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini dapat dicapai salah satunya dengan jalan/cara membandingkan hasil wawancara narasumber atau informan satu dengan narasumber/informan penelitian yang lain (Moleong, 2007: 330-331).



## BAB IV

### PEMBAHASAN

Sebelum membahas hasil penelitian ini yaitu mengapa usaha rintisan membutuhkan kegagalan, maka akan jelaskan terlebih dahulu tentang informan utama atau kunci dan informan pendukung yang telah dipilih dalam melakukan penelitian ini. seperti yang sudah dijelaskan pada bab III sebelumnya bahwa dengan melihat dari penelitian terdahulu serta permasalahan yang ingin di ketahui pada penelitian ini, sehingga membawa pada konsekuensi pada peneliti dalam pemilihan metode penelitian kualitatif.

Dalam penelitian kualitatif, permasalahan yang kompleks diperlukan suatu pendekatan analisis yang mendalam untuk meneliti suatu fenomena yang dianggap menarik untuk diteliti. Sehingga objek yang diteliti tidak hanya sebatas pada pencarian, pendeskripsian data, ataupun pemahaman fenomena saja. Melainkan diperlukan menggunakan pendekatan paradigma phenomenology. Dimana paradigma tersebut bertujuan untuk – *to learn from the people* –, bukan – *to learn about the people* – tentang gambaran realitas sosial secara keseluruhan yang terjadi sebenarnya seperti apa (Leksono, 2009).

Disisi lain Bogdan (1992) dalam Seto (2012) berpendapat bahwa tujuan penelitian kualitatif merupakan bukan hanya semata-mata mencari kebenaran, melainkan pada pemahaman subjek terhadap pada dunia sekitar. Dalam memahami kenyataan yang terjadi di masyarakat, mungkin apa yang dikemukakan oleh informan salah, karena tidak sesuai dengan teori dan tidak sesuai dengan hukum yang ada, atau sebaliknya

#### 4.1 Informan

Sesuai dengan BAB sebelumnya, informan dalam penelitian ini merupakan *founder* / pelaku *startup* di Indonesia dengan biodata sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Daftar Informan**

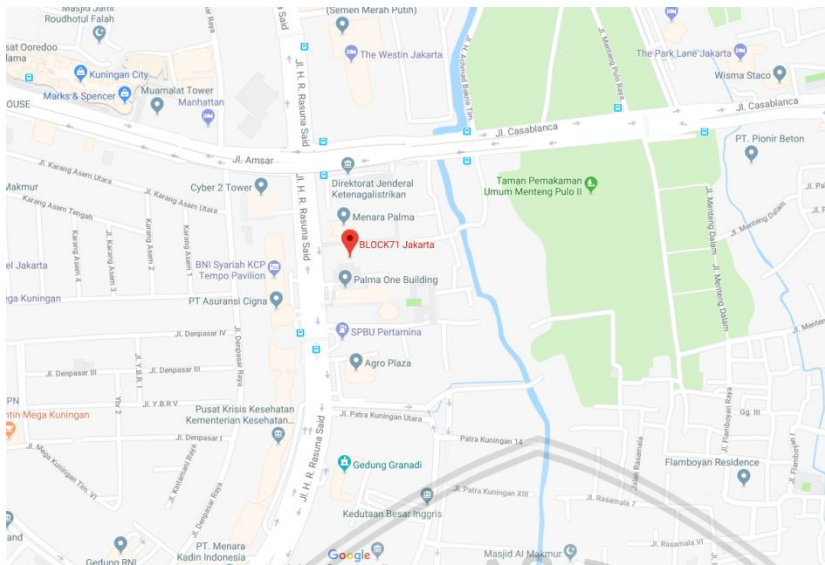
No.	Nama	Nama Startup	Asal
1	Bryan Karno Jan	Mendekor	Jakarta
2	Zaky Zakaria	Dukung.id	Jakarta
3	Fafa	Qtaaruf	Surabaya
4	Viera Rachmawati	Cooltora	Bogor

#### 4.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian tentang pentingnya sebuah kegagalan untuk bisnis rintisan ini mengambil lokasi di Coworking space Block71, Gedung Ariobimo Sentral, RT.9/RW.4, Kuningan Timur, Kota Jakarta. Di Kota Jakarta sendiri telah banyak Coworking space yang tumbuh dan berkembang dengan baik, ada yang dibangun sebagai fasilitas public oleh pemerintah ada juga yang didirikan oleh pihak swasta. Block71 sendiri adalah salah satu Coworking space yang lahir dari kerjasama antara National University of Singapore (NUS) Enterprise dengan Salim Group. Setiap minggunya Block71 juga sering mewadahi event maupun workshop yang mendukung dalam pengembangan usaha rintisan berbasis teknologi, salah satunya adalah workshop yang diselenggarakan oleh UNLTD dalam Program Rise-Inc yaitu program Inkubasi untuk Social Enterprise yang rutin dilaksanakan setiap bulan yang sedang dilaksanakan saat penulis melakukan penelitian ini.

**Gambar 4.1 Denah Lokasi**

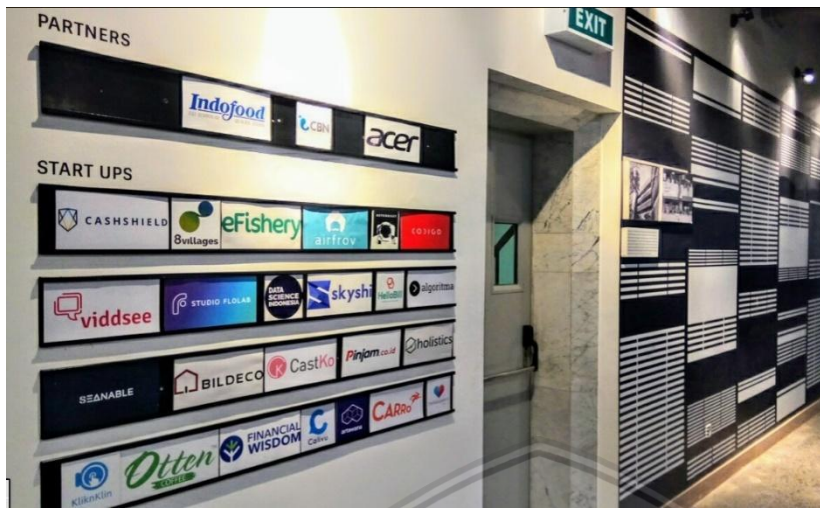
Sumber: Google Maps (2018)



Sumber: Google Maps (2018)

Di dalam Block71 banyak terdapat startup dalam program inkubasi maupun akselerasi yang bekerja dan kolaborasi di dalamnya dari pagi hingga larut petang. Suasana yang nyaman dan fasilitas yang lengkap hingga café membuat 23 startup nyaman berkantor dengan produktif di Block71, diantaranya ada Marlynbooking, Tanijoy, dll.

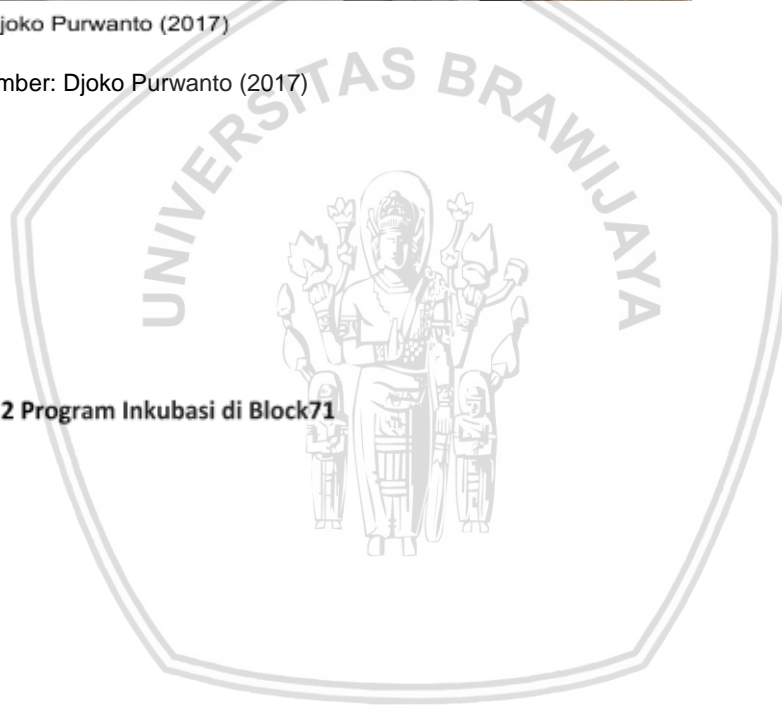
**Gambar 4.1 Resident Block71**



Sumber: Djoko Purwanto (2017)

Sumber: Djoko Purwanto (2017)

Gambar 4.2 Program Inkubasi di Block71









Sumber: Penulis (2018)

#### 4.3. Profil Startup

<b>Nama</b>	<b>Keterangan:</b> Dukung.id adalah platform yang menghubungkan	
<b>Startup :</b> Dukung.id	antara perusahaan – perusahaan yang memiliki	
<b>Nama</b>	dana CSR ke yayasan yang	
<b>Pendiri :</b> Zaky Zakaria	memiliki project dalam bidang pendidikan. Tujuannya adalah	
<b>Berdiri</b>	supaya dana CSR dapat	
<b>Tahun :</b> 2017	tersalur dengan efektif dan membidik sasaran yang	
<b>Lokasi :</b> Jakarta	memang membutuhkan sehingga akan memberikan	
	dampak positif yang optimal.	

<p><b>Nama</b> <b>Startup :</b> <b>Cooltura</b> <b>Nama</b> <b>Pendiri :</b> Viera Rachmawati <b>Berdiri</b> <b>Tahun :</b> 2016 <b>Lokasi :</b> Bogor</p>	<p><b>Keterangan:</b> Cooltura merupakan sebuah platform edukasi yang memberikan cara dan pengalaman baru untuk anak muda dalam mendapatkan ilmu untuk meningkatkan kualitas diri dengan cara yang seru dan asik. Tak hanya itu cooltura juga memberikan insight budaya yang selama ini menjadi hal yang sangat membosankan dan tidak diminati oleh muda mudi jaman now.</p>	
--	--	--



<p><b>Nama</b></p> <p><b>Startup :</b></p> <p>Mendekor</p> <p><b>Nama</b></p> <p><b>Pendiri :</b></p> <p>Brian Karno Jan</p> <p><b>Berdiri</b></p> <p><b>Tahun :</b></p> <p>2016</p> <p><b>Lokasi :</b></p> <p>Tangerang</p>	<p><b>Keterangan:</b> Mendekor bergerak dibidang pembuatan dan penjualan produk interior berbasis online dan offline juga menerima jasa desain interior.</p> <p>Motonya adalah Menghias Ruang, Menata Hidup. Bila kamu membeli produk Mendekor, selain dapat menghias ruangan kamu menjadi lebih baik, tapi juga telah berperan dalam menata hidup pengrajin lokal untuk menjadi lebih baik lagi, karena produk kami berasal dari pengrajin lokal yang tersebar di Indonesia.</p>	
--	---	--

<p><b>Nama</b></p> <p><b>Startup :</b></p> <p>Qtaaruf</p> <p><b>Nama</b></p> <p><b>Pendiri :</b></p> <p>Fafa</p> <p><b>Berdiri</b></p> <p><b>Tahun :</b></p> <p>2016</p> <p><b>Lokasi :</b></p> <p>Surabaya</p>	<p><b>Keterangan:</b> Qtaaruf, platform taaruf di era modern dengan sasaran para generasi yang aktif dan produktif sehingga kurang meluangkan waktu untuk mencari calon pasangan hidup. Platform kami membantu untuk mempertemukan single muslim dengan proses yang Syar'i dengan tujuan pernikahan yang sehat supaya kelak akan menghasilkan keluarga yang harmonis dan mampu mencetak generasi unggulan untuk masa depan.</p>	
---	---	--

#### 4.4. Kegagalan sebagai pembelajaran bagi usaha rintisan

Peneliti mendapatkan jawaban di lapangan yang menjelaskan bahwa kegagalan yang dialami oleh usaha Rintisan pernah dirasakan oleh semua pemilik usaha baik pada masa perencanaan, pelaksanaan, hingga pengevaluasian tidak peduli dia perempuan atau laki-laki, berpengalaman maupun tidak, perorangan atau kelompok setiap usaha memiliki angka possibility untuk merasakan kegagalan entah perusahaan yang berumur tua maupun muda atau bahkan latar belakang founder

nya yang tinggi maupun yang rendah semua masih memiliki kemungkinan untuk menciptakan sebuah kegagalan baru.

Gambar 4.3 Penulis melakukan wawancara



Sumber : Penulis (2018)

Hal ini diungkapkan oleh Viera Rachmawati, selaku founder sebuah startup yang berupa social enterprise ini:

"... Menariknya, saya malah bagaikan menemukan hidayah setelah mengalami kegagalan dalam menghitung *financial projection*! Bahkan datang kesempatan untuk kerjasama dengan pihak lain untuk dapat menutup biaya pengeluaran. Maklum lah ya, mungkin itu yang namanya *the power of kepepet*. Kami juga mendapatkan insight baru jadinya.. kita bikin rencana untuk menjual merchandise berupa produk 'asli' dari cooltura.id juga beberapa produk UKM dari desa binaan cooltura.id lumayan lah buat nambah pemasukan para UKM sekalian juga jadi model bisnis baru buat kami. "

"... Menariknya, saya malah bagaikan menemukan hidayah setelah mengalami kegagalan dalam menghitung *financial projection*! Bahkan datang kesempatan untuk kerjasama dengan pihak lain untuk dapat menutup biaya

pengeluaran. Maklum lah ya, mungkin itu yang namanya *the power of kepepet*. Kami juga mendapatkan insight baru jadinya.. kita bikin rencana untuk menjual merchandise berupa produk 'asli' dari cooltura.id juga beberapa produk UKM dari desa binaan cooltura.id lumayan lah buat nambah pemasukan para UKM sekalian juga jadi model bisnis baru buat kami."

Dengan senyum yang cerah Viera menjelaskan bahwa kegagalan itu bukan sebuah hal yang mengerikan karena sesungguhnya terdapat pembelajaran yang berharga yang tidak dapat diberikan oleh siapapun namun hanya bisa didapatkan melalui proses kegagalan.

Hal yang sama juga dituturkan oleh Bryan, karena ia memulai startupnya diusia muda ia sering kali merasa susah untuk meyakinkan orang lain. Pria lulusan Luar Negeri ini mengakui beberapa kali ia juga mengalami kegagalan dalam meyakinkan para customer maupun pihak pihak yang terkait bahwa ia memiliki capability dalam menjalankan startup ini. Namun ia tetap terus menjalankan startupnya dan jatuh bangun setiap ia menghadapi permasalahan. Ia juga mengumpulkan pengalaman gagalnya dan mengambil pembelajaran untuk rencana & action plan kedepannya. Dengan logat khas Jakartanya dan sedikit tawa kecil dia berkata :

"...Memulai bisnis diusia muda itu kan bukan hal yang mudah ya,banyak kendala pernah saya alami mulai dari saat ingin memulai atau pun mengembangkan Mendekor. Contohnya tu, kayak kendala saat di awal-awal sesimple meyakinkan para pengrajin biar mau melakukan perubahan desain sesuai permintaan pasar modern aja susahnya minta ampun. Tapi saya ngga menyerah lah gagal sekali dua kali meyakinkan mereka itu cuma pemanasan. Saya yakin jadi saya ngga nyerah dong sampe disitu jadilah dengan berbagai upaya saya mulai pelan pelan pendekatan, tentunya juga belajar dari pengalaman yang sebelumnya selanjutnya saya mengunjungi dan tinggal bersama mereka , berdiskusi dan mempelajari peluang serta kendala yang meraka hadapi, akhirnya saya bisa mendapatkan kepercayaan dan bekerjasama dengan mereka. Itu juga karena saya sudah tau formula pendekatannya karena beberapa kali gagal."

Ketakutan akan kegagalan sering kali menjadi hambatan kita untuk melakukan sesuatu, ketika seseorang memiliki ide namun takut gagal ia cenderung untuk menyimpan idenya dan tidak melakukan apa-apa, dengan ketakutan khasnya *"nanti kalo gini gimana"* *"nanti kalo gitu gimana"* Malah membuat kita urung untuk melakukan action. Hal ini karena rasa takut akan gagal lebih besar daripada keinginan untuk berusaha. Kita bahkan seakan melupakan sebuah pembelajaran hidup yang nyata terjadi puluhan tahun yang lalu yaitu percobaan Thomas Alfa Edison. Ia tidak akan pernah berhasil jika iya tidak gagal dipercobaan pertamanya, bahkan ia melakukan percobaan hingga 1000x dan merasakan 999x kegagalan. Namun, apakah dari sekian banyak kegagalan yang dialami oleh dirinya adalah sebuah hal yang sia-sia? Tidak. Dari setiap kegagalannya Alfa Edison mendapatkan pembelajaran yang membuat ia mengerti bahan bahan apa saja yang boleh dan tidak boleh digunakan dalam membuat sebuah lampu, proses apa saja yang harus dilakukan dengan sistematis untuk membuat sebuah lampu dari awal hingga akhir.

Begitu juga yang terjadi dalam membuat startup. Hal inilah yang membedakan startup dan perusahaan korporasi biasa, sebuah startup merupakan sebuah perusahaan yang lebih agile dan fleksible sehingga mampu untuk melakukan inovasi dan perubahan kapanpun dan dimanapun dengan jumlah team yang lebih kecil startup tidak membutuhkan birokrasi yang jelimet untuk melakukan *managing change*. Sehingga kegagalan bisa menjadikan sebuah startup bergerak lebih jauh dan lebih baik seperti bola bekel yang jatuh, ia tidak akan pecah namun



dia akan memantul semakin tinggi. Itulah mengapa terdapat istilah Pivot dalam sebuah startup. Seperti sebuah pepatah yang mengatakan “kalau mentok belok”, sebuah startup harus memiliki 1001 cara dan solusi untuk menghadapi segala kemungkinan yang ada bahkan untuk kegagalan sebesar apapun.

#### 4.4.1. Jenis kegagalan yang bisa dialami startup founder

Gambar 4.4 Founder Dukung.id dalam wawancara



Sumber : Penulis (2018)

Peneliti mendapatkan jawaban di lapangan yang menjelaskan bahwa kegagalan yang dialami oleh usaha Rintisan bisa dalam bentuk berbagai macam diantaranya adalah :

1. Gagal melakukan perencanaan

Dalam membuat startup terdapat fase plan, meskipun tidak susah membuat planning pada sebuah perusahaan korporasi namun perencanaan bukanlah sebuah hal yang bisa diremehkan karena memiliki peran yang sangat vital didalamnya. Terdapat beberapa perencanaan yang harus dilakukan dalam menjalankan sebuah startup salah satunya adalah set Goals, ketika sebuah startup memiliki goals ia akan lebih mudah melakukan action karena ia tahu mau dibawa kemana perusahaannya dan akan lebih mudah juga membuat action plan untuk menuju goals yang sudah ditentukan.

Ketika kita sudah membuat sebuah perencanaan eksekusi idea juga merupakan hal yang sangat penting seperti kata pepatah lama "Talk the Walk, Walk the Talk" dimana kita harus menjalankan apa yang direncanakan dan merencanakan apa yang akan dijalankan. Dalam mengukur apakah eksekusi sebuah startup sudah sesuai atau belum juga ada yang dinamakan OKR, sehingga kita bisa tau apakah kinerja kita sudah optimal dalam menjalankan sebuah perencanaan.



Seperti yang dikatakan oleh founder Mendekor yang berkaca  
mata bundar:

"...Nah salah satu kegagalan ya, mungkin kegagalan kerana perencanaan dan eksekusi yang kurang baik membuat saya tidak dapat mencapai goals yang sudah saya set di awal..."

Serupa tapi tak sama kegagalan dalam perencanaan juga dialami oleh Viera founder Coolatura karena salah melakukan *financial projection* pada saat melakukan planning sehingga yang di awalnya dianggap untung malah berakhir rugi sehingga mau tidak mau Viera harus menanggung kerugian yang dialami oleh perusahaannya dengan uang pribadinya.

2. Gagal dalam mengidentifikasi masalah (membuat sebuah solusi namun tidak ada yang mau menggunakan )

Dalam mengidentifikasi sebuah masalah sebuah startup biasanya bisa melakukan wawancara, penyebaran kuesioner, observasi dan lain sebagainya. Proses ini biasanya disebut juga market validation. Banyak founder startup terkecoh dengan asumsi pribadinya sehingga ia memegang teguh keyakinan apa yang menurut ia benar namun belum tentu asumsi tersebut adalah kenyataan yang terjadi dipasar, seringkali hal tersebut hanya bersifat opini pribadi. Oleh sebab itu dibutuhkan

market validation untuk memastikan bahwa asumsi kita bukan hanya sebatas asumsi.

Beberapa startup bisa jadi banyak yang menggunakan karena layanannya gratis namun ketika layanannya sudah berbayar maka ia langsung ditinggalkan. Ini adalah sebuah pertanda bahwa kita belum bisa menyelesaikan masalah user. Startup yang bisa menyelesaikan permasalahan user itu bagaikan obat. Setiap orang yang sakit pasti mau meminum obat walaupun rasanya pahit, setiap orang sakit juga akan rela mengeluarkan sejumlah uang yang jumlahnya tidak sedikit untuk bisa membeli sebuah obat karena hanya dengan meminum obat ia akan sembuh dan itu merupakan sebuah solusi, oleh karena itu selama user belum mau melakukan sebuah pengorbanan untuk menggunakan produk kita maka patut dipertanyakan apakah startup kita sudah dapat menghasilkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan market. Karena kalau hanya gratisan sebagai manusia siapa yang tidak mau barang gratis?

### 3. Gagal membuat bisnis model

Tidak banyak startup yang mau menceritakan kegagalannya namun sosok wanita yang satu ini terlihat sangat luwes ketika menceritakan pengalamannya dalam membuat sebuah startup terutama ketika membuat sebuah bisnis model, wanita bergelar S1 ini yang mengira bahwa bisnis orang mau membayar untuk melakukan proses taaruf, namun ketika dieksekusi fakta yang ada adalah angka keberhasilan taaruf online itu belum tinggi sehingga orang menjadi enggan untuk

membayar dimuka sehingga bisnis modelnya kini berubah, bisnis model qtaaruf mendapatkan revenue dari kegiatan offline yaitu sekolah pranikah dan bisnis model baru lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa membuat bisnis model bukanlah hal yang mudah namun akan menjadi mudah jika kita sudah menjalaninya.

Facebook adalah salah satu perusahaan besar yang berawal dari startup yang telah berhasil menemukan bisnis model yang baik dengan model ads yang diterapkan setelah Facebook berjalan bertahun tahun. Facebook tidak memiliki revenue di tahun tahun pertamanya, namun ia bisa membuktikan dengan bisnis modelnya saat ini ia bisa mendapatkan revenue yang luar biasa besar sehingga bisa menutupi biaya operasionalnya dimasa lalu.

Pentingnya bisnis model juga diungkapkan oleh Zaki seorang founder yang berusia kepala 3 di tahun ini, ia berkata :

“ ...Startup yang gagal itu adalah startup yang tidak pernah berhasil hehehe. Startup yang gagal dalam hal SE mungkin yang tidak menyelesaikan masalah sosialnya jadi sebenarnya dan tidak memiliki dampak apapun dengan ada atau tidak adanya dirinya. Malah bisa jadi bikin masalah baru, kegagalan juga salah satunya bisa terlihat ketika startup tersebut tidak menghasilkan revenue..”

Karena tanpa adanya revenue sebuah startup tidak akan mampu untuk sustain karena revenue startup inilah yang nantinya akan membiayai berlangsungnya sebuah startup dalam istilahnya adalah bahan bakar startup. Tanpa revenue sebuah startup akan susah untuk

berjalan. Sehingga bisnis model dapat menjadi tolak ukur apakah suatu startup dapat dikatakan gagal atau tidak.

Bentuk bisnis model pun bermacam macam, ada yang bersifat B2B atau Business to Business contohnya seperti MOKA POS dimana usernya adalah perusahaan juga, ada juga yang bersifat B2C Business to Customer misalnya Gojek dimana usernya adalah orang biasa atau langsung customer, revenue streamnya pun bisa dalam bentuk komisi, sharing profit, subscripsion, package, freemium, ads, jasa, dan lain sebagainya. Banyaknya bentuk revenue stream membuat sebuah startup cenderung memiliki revenue stream yang lebih dari satu gunanya agar sebuah startup dapat mendapatkan keuntungan maksimal dan dapat sustain untuk jangka waktu yang lama. Seperti yang dikatakan oleh Fafa sebagai seorang founder yang berlatar belakang bisnis, ia mengatakan :

"tiap startup pasti beda-beda parameternya, untuk saya personal "Berhasil" itu bukan tujuan tapi perjalanan lebih ke sustainability startup yang dibangun, karena kebutuhan market dan teknologi bersifat dinamis, kami juga harus paham kebutuhan market, inovasi apa yang diperlukan, bisa membaca tren. Terus yang lainnya ya cashflow, mangamement people , KPI yang jelas. poinnya sih selama produk bisa solve the problem, tim oke, cashflow lancar, everything gonna be alright !"

4. Gagal dalam bekerjasama antar team (team tidak sevisi)

**Gambar 4.5 Mentoring bersama Team**



Sumber:

Penulis

(2018)

"...penyebab terbesar adalah tim karena kita sudah tidak sevisi, the big problem ya itu , meskipun masalah turunan yang complicated banyak namun apabila sebuah team memiliki visi yang sama semua permasalahan tidak akan menjadi big deal .."

Itu adalah pengalaman pribadi yang diungkapkan oleh Fafa sebagai founder Qtaaruf ia menuturkan bahwa team memiliki nilai yang sangat penting dalam menjalankan sebuah startup. Itu mengapa team sebuah startup cenderung kecil karena lebih baik startup terdiri dari orang orang yang sedikit namun sevisi daripada banyak kepala namun visinya tidak satu. Malah nantinya startup bisa jadi tidak produktif atau yang paling parah bisa bubar.

##### 5. Gagal dalam melakukan inovasi

Saat ini perubahan terjadi semakin cepat, perubahan trend, misalnya dahulu terdapat booming jajanan mango mango, namun saat ini sudah tidak



terdengar lagi kabarnya dan kini telah tergantikan dengan es kepal milo. Hal yang sama juga dialami oleh para founder startup saat menjalankan bisnisnya. Startup dituntut untuk bisa menjawab segala permintaan user. Bagaimana jika startup berhenti berinovasi? Startup akan mati seperti yang terjadi pada fenomena Nokia dan Yahoo yang akhirnya gulung tikar karena tidak mau melakukan sebuah perubahan / inovasi.

Itulah mengapa biasanya Co-working space / kantor para startup memiliki bentuk seperti instalasi yang belum selesai, hal ini memiliki makna khusus yaitu startup merupakan sebuah produk yang belum selesai. Jadi selamanya startup akan terus mengalami perbaikan dan inovasi sehingga tidak ada kata selesai dalam sebuah startup. Hal ini dirasakan oleh semua startup yang ada di dunia oleh karena itu banyak yang mengatakan bahwa startup merupakan tempat yang baik dalam belajar karena pressure yang tinggi. Semua orang dituntut untuk melakukan inovasi disetiap waktu dan tidak terlena seperti yang dipesankan oleh Zaki selaku founder dukung.id ia

berkata: "...kalau mau mendirikan startup semua orang harus siap gagal dan siap sukses mau dia orang kaya, orang biasa sampe orang sakti. Jangan sampai nanti pas gagal langsung menyerah atau pas sukses langsung terlena dan lengah akhirnya gagal.."

Jadi jangan pernah terlena ya!

#### 4.4.2. Sikap yang diambil dalam menanggapi kegagalan merintis *Startup*

Gambar 4.6 Bryan dalam wawancara bersama penulis



Sumber:

Penulis

(2018)

“...Segera moving forward, dalam bisnis kegagalan itu wajar, asalkan jangan mengulangi kesalahan dan kegagalan yang sama. Seperti kita waktu kecil ngga mungkin dong lahir langsung bisa jalan. Harus tahan banting karena semua pasti ada resikonya, harus siap. Kemerdekaan aja nebusnya pakai darah. Intinya semua masalah mindset, kalau mau jadi pengusaha ya tanyakan pada diri sendiri udah siap dengan resikonya apa belum, kalau belum ya just come back and go home...”

“...Segera moving forward, dalam bisnis kegagalan itu wajar, asalkan jangan mengulangi kesalahan dan kegagalan yang sama. Seperti kita waktu kecil ngga mungkin dong lahir langsung bisa jalan. Harus tahan banting karena semua pasti ada resikonya, harus siap. Kemerdekaan aja nebusnya pakai darah. Intinya semua masalah mindset, kalau mau jadi pengusaha ya tanyakan pada diri sendiri udah siap dengan resikonya apa belum, kalau belum ya just come back and go home...”

Ucap Fafa salah seorang founder perempuan yang sangat mengandalkan logical thinkingnya, kewajiban founder dalam menghadapi kegagalannya yang pertama kali adalah mau mengakuinya. Mengakui sebuah kegagalan bukanlah hal yang mudah namun hal ini wajib dilakukan supaya kita bisa move on untuk memperbaiki diri kedepannya. Haram hukumnya jika seorang startup founder baper



dan ambil hati dalam menanggapi kegagalannya karena tidak akan membuahkan solusi dan hasil apa – apa.

Ada pepatah yang mengatakan “Fail fast, fail hard, fail often.” Yang memiliki arti semakin cepat kita gagal semakin baik, bahkan kegagalan yang sangat sakit bisa menjadi pembelajaran yang sangat baik dan bisa menjadi *“turning point”* kita untuk menjadi lebih baik lagi. Jadi tugas kita saat ini adalah menghabiskan jatah gagal dengan gagal sebanyak banyaknya karena tidak ada kesuksesan yang didapat tanpa kegagalan.

Bob Sadino berhasil setelah ia mengalami kegagalan yang sangat parah dimasa lalunya, Youtube sukses setelah ia melakukan kegagalan dimasa lalunya yang menyebabkan ia pivot menjadi youtube yang sekarang. Coca cola bisa menjadi brand sebesar ini berasal dari kegagalan yang pernah ia rasakan di tahun pertamanya ketika ia hanya berhasil menjual 25 botol saja. Kitabisa.com juga mengalami kegagalan memahami market Indonesia sehingga ia melakukan pivot dan menjadi perusahaan yang besar hingga saat ini.

Untuk itu kegagalan bukan selamanya mimpi buruk, karena banyak manfaat yang ada di balik pahitnya setiap kegagalan. Meskipun kegagalan bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilalui namun sebagai startup founder kita harus siap untuk berproses, seperti yang dikatakan oleh Bryan ketika kita temui di Block71, ia berkata:

“...Ya karena udah dewasa juga enak nya kegagalan itu dijadikan pembelajaran dan intropeksi untuk kedepannya toh kalau kita siap sukses kita juga harus siap gagal, jadi pengusaha jangan mau enak nya aja....”

“...Memulai bisnis diusia muda itu kan bukan hal yang mudah ya,banyak kendala pernah saya alami mulai dari saat ingin memulai atau pun mengembangkan Mendekor. Contohnya tu, kayak kendala saat di awal-awal sesimple meyakinkan para pengrajin biar mau melakukan perubahan desain sesuai permintaan pasar modern aja susahnya minta ampun. Tapi saya ngga menyerah lah gagal sekali dua kali meyakinkan mereka itu cuma pemanasan. Saya yakin jadi saya ngga nyerah dong sampe disitu jadilah dengan berbagai upaya saya mulai pelan pelan pendekatan, tentunya juga belajar dari pengalaman yang sebelumnya selanjutnya saya mengunjungi dan tinggal bersama mereka , berdiskusi dan mempelajari peluang serta kendala yang meraka hadapi, akhirnya saya bisa mendapatkan kepercayaan dan bekerjasama dengan mereka. Itu juga karena saya sudah tau formula pendekatannya karena beberapa kali gagal.”

Hal ini juga yang saya pelajari di mata pelajaran manajemen keuangan ketika dosen saya menjelaskan sebuah kata yang tidak dapat saya lupakan hingga saat ini. “High Risk High Return, Low Risk Low Return” Itu sebabnya harga pisang goreng murah karena berjualan pisang goreng resikonya kecil, paling Cuma kalau ngga laku aja namun gaji seorang pilot tinggi, karena profesi pilot memiliki resiko yang tinggi.

Untuk itulah mengapa banyak orang yang mengatakan kalau mau kaya ya bikin startup aja, karena resiko gagalnya sebuah startup memang sangat besar. Sehingga alangkah lebih baik jika mulai dari awal sebagai startup founder kita menanamkan sebuah mindset bertumbuh dimana kita percaya bahwa perjalanan membuat startup merupakan sebuah proses yang hasil baiknya hanya bisa dituai setelah kita menjalankan semua prosesnya dengan baik. Begitu juga kegagalan yang merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dalam sebuah proses berjalannya sebuah startup.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN & SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dalam BAB sebelumnya sudah dipaparkan hasil penelitian di lapangan mengenai pentingnya kegagalan untuk usaha rintisan. Maka dari hasil diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Setiap startup pasti pernah mengalami kegagalan
2. Alasan gagalnya sebuah startup ada berbagai macam namun umumnya terjadi karena kesalahan founder yang gagal dalam mengidentifikasi permasalahan yang ada atau menciptakan solusi yang memang dibutuhkan oleh pasar.
3. Bootstrapping maupun mendapatkan investasi bukanlah acuan untuk gagal atau tidaknya sebuah startup karena setiap startup memiliki kondisi dan kebutuhan yang berbeda – beda.
4. Tidak ada indikator kegagalan yang mutlak, kegagalan mutlak terjadi ketika sang founder memutuskan untuk berhenti. Kegagalan dapat diukur apabila diawal sudah terdapat goals yang diset.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan peneliti, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pemerintah maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Dalam membuat startup mengidentifikasi permasalahan adalah hal yang paling utama karena pada dasarnya membuat startup adalah menciptakan sebuah solusi untuk sebuah permasalahan. Akar permasalahan yang sesungguhnya atau bisa juga dilakukan market validation kepada banyak user dan mendengarkan feedback user untuk perbaikan produk yang sedang dikembangkan, dengan memahami permasalahan dengan benar maka solusi yang dihasilkan menjadi lebih mudah diciptakan.
2. Perencanaan yang tepat akan memperkecil kemungkinan timbulnya kegagalan kegagalan di saat merintis sebuah usaha karena hal ini dapat mencegah timbulnya permasalahan teknis maupun non teknis di dalam menjalankannya.
3. Perlunya Mindset Grit yang dimiliki founder dalam menjalankan sebuah startup karena permasalahan akan selalu ada di saat menjalankan sebuah startup. Tanpa adanya ketahanan maka akan susah untuk para founder dalam mencari solusi untuk bisa menghadapi segala permasalahan yang ada tak hanya itu startup founder juga harus selalu sadar bahwa dalam menjalankan startup seseorang hidup dan bertumbuh.
4. Inovasi adalah kewajiban yang harus selalu dilakukan startup founder baik saat menghadapi kegagalan atau untuk melakukan pengembangan produk.

## Daftar Pustaka

- Blank, S., 2013. Why The Lean Start-Up Changes Everything. *Harvard Business Review*.
- Colis, D., 2016. Lean Strategy. *Harvard Business Review*.
- Denzin, N. K. dan Lincoln, Y.S. 1994. *Handbook of qualitative Research*.  
California: Sage, Thousand Oaks.
- Department of Education U.S. (2013). *Promoting Grit, Tenacity, and Perseverance: Critical Factors for Success in the 21st Century: Office of Educational Technology*.
- Duckworth, A. L., Peterson. C. Matthews. M. D., & Kelly. D. R. (2007). Grit: Perseverance and passion for long term goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92, 1087-1101.
- Duckworth, Angela Lee and Quinn, Patrick D (2009) Development and Validation of the Short Grit Scale (Grit-S), *Journal of Personality Assessment*, 91:2, 166 – 174.
- Duckworth, Angela Lee (2005). *A Dissertation in Psychology; Intelligence is not Enough: Non-IQ predictors for Achievement*
- ERYTA , AYU PUTRI S. (2013) *APLIKASI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE SHOP (Studi Deskriptif Kualitatif Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop)*. Undergraduate thesis, Faculty of Social Sciences and Political Science.
- Faisal, S. (2003). Pengumpulan dan Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif. Dalam Burhan Bungin (ed.). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Gaffney, S. dkk, 2014. *Lean Startup Methodology for Enterprises How Established Companies Can Leverage Lean Startup methodology for Sustaining and Disruptive innovation*, California: UC Berkeley Engineering Leadership White Paper.
- Ghosh, S., 2012. Venture Capital Secret: 3 Out of 4 Start-Ups Fail. *The Wall Street Journal*.
- Mitchell, R. C., 2010. *Strategic and Critical Thinking*, California: CSUN Edu.
- Nasscom, 2014. *India -The Fastest Growing and 3rd Largest Start-Up Ecosystem Globally: NASSCOM Startup Report 2014*. [Online] Available at: <http://www.nasscom.in> [Accessed 1 April 2017].
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ries, E., 2011. *The Lean Startup*. New York: Crown Business.



## Lampiran I

### Daftar Pertanyaan

1. Sebutkan nama startup Anda beserta penjelasannya!
2. Sejak kapan startup Anda berdiri?
3. Apa latarbelakang Anda ketika membuat startup?
4. Apakah tahapan startup anda (bootstrapping / sudah terima invest) mengapa?
5. Berapa waktu yang dibutuhkan sebuah startup untuk dapat dikatakan berhasil?
6. Apa indikator keberhasilan sebuah startup?
7. Apakah Anda pernah mengalami kesulitan saat membuat startup?
8. Bagaimana anda mendefinisikan startup yang gagal?
9. Apakah anda pernah mengalami kegagalan dalam membuat startup? Apa penyebabnya?
10. Bagaimana Anda menghadapi kegagalan anda?
11. Pelajaran apa yang anda dapatkan dari kegagalan tersebut?
12. Apa kendala Anda dalam membuat startup di Indonesia?
13. Apakah kegagalan dibutuhkan dalam membuat startup?
14. Saran untuk founder startup yang belum membuat startup?



## Lampiran 2

### Draft Wawancara



**Nama Startup** : **Dukung.id**

**Nama Founder** : **Zaky Zakaria**

1. Dukung.id adalah one stop solution untuk program CSR perusahaan (ini adalah konsep barunya). Sedangkan konsep lama kami yang “gagal”nya adalah dukung.id adalah donation based crowdfunding platform khusus Pendidikan di Indonesia.
2. Secara Badan Hukum sudah berdiri sejak Juli 2017. Namun secara launching platform baru berjalan sejak Februari 2018.

3. Latar belakang mendirikan startup. Berawal dari PT. Ilmuwan Muda Indonesia, sebuah *social enterprise* yang bergerak di bidang mempromosikan sains melalui pendidikan dan teknologi. Selama beberapa tahun ini melihat bahwa permasalahan pendidikan di Indonesia terlalu besar/berat jika dalam penyelesaiannya hanya mengandalkan pemerintah saja, dalam hal ini melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dan Kementerian riset dan Pendidikan Tinggi. Ketidak merataan akses dan kualitas adalah salah satu masalah pendidikan yang menurut kami perlu segera dibantu penyelesaiannya. Berangkat dari hal tersebut, Ilmuwan Muda Indonesia tergerak untuk membuat sebuah solusi lain selain yang sudah dijalankan oleh Ilmuwan Muda Indonesia saat ini. Ilmuwan Muda Indonesia membuat sebuah platform crowdfunding khusus pendidikan yang bertujuan untuk mengikut sertakan masyarakat dalam penyelesaian masalah pendidikan di Indonesia, khususnya dalam hal akses dan kualitas.
4. Bootstrap. Mengapa? Karena belum berhasil mendapat investor, saat ini kami sedang menumbuhkan jumlah user dan traction.
5. Waktunya sih relatif, tidak ada ukuran khusus berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk dapat dikatakan berhasil. Bisa 1 tahun, bisa juga 10 tahun. Karena setiap startup memiliki kebutuhan yang berbeda – beda satu sama lain.
6. Kalau menurut saya sih karena saya bentuknya adalah social enterprise, ukuran suksesnya adalah kalau masalah sosialnya sudah dapat teratasi dan tetap menghasilkan profit. Mungkin kalau startup pada umumnya ukurannya udah IPO kaliyah. Atau udah Unicorn.

7. Pernah dong. Mulai dari kekurangan dana jadi harus bingung cari kesana kemari, ditinggal programmer yang selama ini udah kita percaya secara tiba-tiba, sampai tipes karena lupa jaga kesehatan diri juga pernah.
8. Startup yang gagal itu adalah startup yang tidak pernah berhasil hehehe. Startup yang gagal dalam hal SE mungkin yang tidak menyelesaikan masalah sosialnya jadi sebenarnya dan tidak memiliki dampak apapun dengan ada atau tidak adanya dirinya. Malah bisa jadi bikin masalah baru, kegagalan juga salah satunya bisa terlihat ketika startup tersebut tidak menghasilkan revenue.
9. Pernah. Business plannya tidak berjalan sesuai dengan rencana sebelumnya saya kira bisnis modelnya bisa jalan namun ternyata hasilnya nihil. Selain itu, kami gagal melakukan penyesuaian ketika pergerakan pasar cepat berubah.
10. Bergerak sebelum keagalannya menjadi semakin besar. Saat ini dukung.id masih berjalan dan masih menghasilkan revenue, namun saya melihat kondisinya tidak cukup sehat secara keuangan, jadi sebelum gagal total saya sudah bergerak untuk mencari solusi lain untuk dukung.id dengan misi sosial yang sama
11. Belajar untuk lebih jeli melihat pasar dan trend serta melakukan penyesuaian dengan bergerak lebih cepat lagi dari sekarang.
12. Saya rasa saat ini ekosistem startup di Indonesia sudah baik dan tidak ada kesulitan yang berarti dalam mendirikan startup. Namun saya mendapat kesulitan saat ingin mengumpulkan data. Data di Indonesia sedikit sekali dan buruk. Bahkan data dari badan statistik juga tidak bagus dan lengkap.
13. Hahaha kalau bisa sih jangan gagal yah. Maunya sih begitu mendirikan langsung sukses. mungkin sedikit kegagalan baik juga untuk pembentukan

karakter foundernya dan pematangan business plannya. Tapi jangan gagal banget sampai bangkrut lah hahaha

14. Jangan buat startuplah, nanti saya banyak saingan hahahaha. Tapi kalau mau mendirikan startup harus siap gagal dan siap sukses. jangan sampai nanti pas gagal langsung menyerah atau pas sukses langsung terlena dan lengah akhirnya gagal.



**Nama Startup : Cooltura**

**Nama Founder : Viera Rachmayanti**

1. Cooltura. ID.

'Cooltura' diambil dari kata 'cool' dan 'kultura' yang berarti budaya yang menyejukan.

Sedangkan 'ID' merupakan representasi dari 'Indonesia'.



2. Desember 2016
3. Berawal dari pengalaman para founder dari pengalaman sebagai seorang pelajar di negri asing yang merasakan langsung interaksi antar budaya, suku, ras, agama, bangsa, dan berbagai lapisan masyarakat.

Di saat itu, kami benar-benar menerima dan merasakan sejatinya arti Bhinneka Tunggal Ika dan tenggang rasa yang selama ini hanya tertulis di buku pelajaran.

4. Bootstrapping, karena kami lebih ingin fokus untuk memperkuat tim internal terlebih dahulu.
5. 3 – 5 tahun.
6. Keberlangsungan dari kegiatan start up tersebut sendiri dan adanya pemasukan perusahaan.
7. Ya, banyak hal saya alami dalam mengembangkan startup ini, dari senang hingga susah sekalipun diantaranya adalah ketika saya merasakan susahnya mencari narasumber untuk event, dan juga mencari Sponsor untuk mendukung acara acara kami.
8. Start up yang berhenti secara total.
9. Pernah, Ketika biaya yang dikeluarkan lebih besar daripada yang direncanakan. Hal ini merupakan hal baru bagi kami dan kami tidak pernah menduga ini sebelumnya. Karena kami tidak tepat menghitung biaya tidak terduga.
10. Untuk proses awal, kami menggunakan dana pribadi untuk menutupi biaya tidak terduga tersebut. Ke depannya, kami mulai lebih teliti dan lebih mempersiapkan perhitungan keuangan secara lebih baik lagi.
11. Menemukan kesempatan untuk kerjasama dengan pihak lain untuk dapat menutup biaya pengeluaran. Kami juga mendapatkan insight baru agar kedepannya

juga berencana untuk menjual merchandise berupa produk 'asli' dari cooltura.id juga beberapa produk UKM dari desa binaan cooltura.id untuk menambah pemasukan para UKM dan juga sebagai salah satu model bisnis baru kami.

12. Sulitnya menjangkau daerah terpencil. Kegiatan hanya terpusat di kota-kota besar saja.

13. Ya. Sangat dibutuhkan karena dengan adanya kegagalan dapat mendapatkan inspirasi baru yang sebelumnya tidak pernah terfikirkan oleh kita.

14. Melakukan riset dengan detail tentang problem yang ingin diselesaikan. Agar nantinya tidak salah menganalisis problem yang sesungguhnya ada di masyarakat.



**Nama Startup** : **Mendekor**

**Nama Founder** : **Brian Karno Jan**



1. Mendekor dibentuk atas cita-cita dan idealisme anak bangsa yang mau berkontribusi dalam memajukan industry kreatif di Indonesia. Mendekor memiliki moto Menghias Ruang, Menata Hidup. Menata hidup yang kamu inginkan berawal dari menata lingkungan, menghias ruangan di sekitarmu. Untuk mempermudah hal itu, Mendekor hadir dalam bentuk situs belanja online dan showroom. Menawarkan produk interior dengan harga yang terjangkau, kualitas dan desain pilihan, serta layanan yang bersahabat. Mendekor juga menyediakan jasa desain interior.

Saya sangat yakin dan percaya bila produk dekorasi kualitas terbaik itu tidak hanya manis dimata, tapi juga memiliki fungsi yang baik & berdampak positif bagi pengguna serta lingkungan sekitarnya. Selain karena peluang industri interior di Indonesia yang sangat luas (dampak dari perkembangan sosioekonomi serta pembangunan yang terus meningkat), Mendekor terbentuk juga untuk memajukan industry kreatif di Indonesia. Terutama para pengrajin rumahan. Mendekor selalu meningkatkan awareness untuk terus mencintai dan memilih produk dalam negeri. Dimana sebetulnya produk karya dalam negeri, terutama untuk furniture dan dekorasi interior tidak kalah bersaing dari produk luar negeri, mulai dari estetika sampai dengan kualitasnya. Dan sebetulnya semua peluang dan sumber daya sudah ada di negeri sendiri, hanya bagaimana kita mengeloladan mengembangkannya agar dapat diterima oleh masyarakat luas.

3. 2016

4. Berawal dari keprihatinan saya melihat para pengrajin mebel & kerajinan lokal yang semakin banyak gulung tikar dan berpenghasilan dibawah garis kesejahteraan, menjadi landasan utama saya dalam membangun Mendekor. Dapat diketahui bahwa

Indonesia memiliki sejarah yang panjang dalam bidang kerajinan, begitu banyak pengrajin yang memiliki kemampuan yang sudah tidak perlu diragukan lagi keahliannya, material-material asal Indonesia seperti jati, rotan dan bamboo juga dikenal sebagai bahan baku terbaik oleh dunia serta peluang dari kecenderungan belanja produk tataruang di Indonesia juga mengalami peningkatan antara 8 hingga 15 persen selama beberapa tahun terakhir (menurut Euromonitor International). Tapi, mengapa peluang-peluang yang ada ini tidak berbanding lurus dengan kesejahteraan pengrajin lokal? Melalui pengamatan saya, hal ini disebabkan karena:

- a. Pengrajin tidak dapat menangkap tren-tren produk yang disukai pasar modern,
  - b. Mereka tidak tahu cara memasarkan produk mereka dengan benar,
  - c. Masyarakat kita yang tidak begitu menyukai kerajinan local karena dinilai "out of date" atau kurang menarik dan
  - d. Tidak mempunya bersaing dengan produk import dalam segi harga dan model.
4. Investasi karena dengan menerima Investasi startup saya dapat berkembang dengan cepat karena kami jadi bisa memproduksi lebih banyak desain.
5. Menurut saya tidak ada indicator waktu pasti, semua ditentukan dari goals yang telah di capat serta kondisi internal dari perusahaan itu sendiri.
6. Solusi yang ditawarkan, kondisi ekonomi, goals yang dicapai, keberlanjutan
7. Memulai bisnis diusia muda bukanlah hal yang mudah, berbagai kendala pernah saya alami mulai dari saat ingin memulai atau pun mengembangkan Mendekor. Contohnya adalah kendala saat awalnya menyakinkan para pengrajin untuk melakukan perubahan desain sesuai permintaan pasar modern. Namun dengan

berbagai upaya seperti mengunjungi dan tinggal bersama mereka, berdiskusi dan mempelajari peluang serta kendala yang mereka hadapi, akhirnya saya bias mendapatkan kepercayaan dan bekerjasama dengan mereka. Apapun kendala yang kita hadapi dalam kehidupandan bukan hanya dalam berbisnissaja, asalkan kita selalu focus padajalan keluar bukan pada masalahnya, niscaya kendala-kendala tersebut akan berangsur terselesaikan.

8. Tidak memiliki kondisi no. 6 dengan baik

9. Iya pernah, perencanaan dan eksekusi yang kurang baik membuat saya tidak dapat mencapai goals yang sudah saya set di awal.

10. Menjadikannya pembelajaran dan intropeksi untuk kedepannya.

11. Cara mencegah dan menanggulangi masalah yang sama terjadi lagi di masa depan sehingga ketika nanti kami melakukan eksekusi dengan hal serupa kami tahu hal apa yang harus kami lakukan dan hal apa yang tidak boleh kami lakukan.

12. Modal yang ada, tetapi saya rasa pemerintah dan lingkungan sekarang sangat mendukung dalam lahirnya start up start up lokal.

13. Bisa ya bisa tidak, tentu saja semua orang tidak mau gagal. Tapi apabila memang harus terjadi, belajarlal dari kegagalan itu agar tidak terulangi dan bahkan bias menjadi batu loncatan untuk terus berkembang.

14. Jangan mudah menyerah, bekerjalah dengan pintar dan keras serta jangan takut untuk keluar dari zona nyaman. Kunci kesuksesan ada di diri kita sendiri, jangan terbuai dengan keadaan yang membelenggu kita.



**Nama Startup** : **Qtaaruf**

**Nama Founder** : **Fafa**

1. Qtaaruf, platform taaruf untuk mempertemukan single muslim dengan proses yang Syar'i dengan tujuan pernikahan.

2. Pada Tahun 2016

3. • Melihat behaviour dan pemahaman gen millennial muslim yang sudah mulai bergeser, doktrin bahwa relationship diluar pernikahan (pacaran) adalah melanggar agama

• Massivenya gerakan-gerakan tentang nikah muda dan taaruf di sosial media

• Munculnya online dating yang tidak sesuai dengan dengan aturan-aturan syari'at dalam islam

- Membantu single urban muslim menemukan pasangan hidup dengan syar'i dan aman

4. Bootstrapping karena bootstrapping adalah hal yang paling ideal untuk menguji apakah startup kita benar benar solve the problem atau tidak

5. tiap startup pasti beda-beda parameternya, untuk saya personal "Berhasil" itu bukan tujuan tapi perjalanan lebih ke sustainability startup yang dibangun, karena kebutuhan market dan teknologi bersifat dinamis, kami juga harus paham kebutuhan market, inovasi apa yang diperlukan, bisa membaca tren. Terus yang lainnya ya cashflow, management people, KPI yang jelas. poinnya sih selama produk bisa solve the problem, tim oke, cashflow lancar, everything gonna be alright !

6. parameter basic ya sales metric, user acquisition, dan cashflow

7. Pernah of course, saat saya membuat startup yang bukan saya banget, awalnya yakin bisa jalan, tapi lama kelamaan saya berada di titik force. Akhirnya ya memutuskan untuk keluar, Jadi passion itu penting banget, karena berkarya karena cinta dengan berkarya karena tuntutan itu produktivitas dan hasilnya pasti bedanya signifikan. Kata steve jobs ya love what you do and do what you love

8. Startup yang gagal adalah startup yang produknya tidak dibutuhkan hahah

9. Pernah 2 kali, penyebab terbesar adalah tim karena kita sudah tidak sevisi, the big problem ya itu, meskipun masalah turunan yang complicated banyak

10. Segera moving forward, dalam bisnis kegagalan itu wajar, asalkan jangan mengulangi kesalahan dan kegagalan yang sama. Seperti kita waktu kecil ngga mungkin dong lahir langsung bisa jalan. Harus tahan banting karena semua pasti

ada resikonya, harus siap. Kemerdekaan aja nebusnya pakai darah. Intinya semua masalah mindset, kalau mau jadi pengusaha ya tanyakan pada diri sendiri udah siap dengan resikonya apa belum, kalau belum ya just come back and go home.

11. Pelajaran yang bisa diambil, lebih ke tim, tim itu menurut saya fundamental banget, visi misi harus sejalan, mau bootstrap bareng, profesional, passionate dan skillnya memang dibutuhkan di startup kita.

12. kendalanya lebih ke pengurusan legalitas sama GDPR (General Data Protection Regulation), menurut saya 2 hal ini regulasinya di Indonesia belum jelas.

13. Tidak ada kegagalan yang dipersiapkan, jadi ini bukan tentang butuh atau tidak butuh, tapi lebih ke part “oh kita harus belajar lebih”, ya semacam ujian, kalau ngga lulus ya belajar lagi dan ujian lagi, as simple as that. Intinya kalau menghadapi kegagalan, analisis kenapa kita gagal dan fokus sama solusi.

14. ada 2 hal penting dalam hidup yang kita harus benar memutuskannya, pertama, memilih dengan siapa kita hidup dan kedua kita mau menjadi siapa dalam kehidupan. Kalau dua itu udah bisa terjawab kita bisa buat roadmap atas kehidupan kita dan bertanggung jawab dengan pilihan pilihan tersebut. Saran untuk startup founder :

1. Mengenal diri sendiri terutama passion dan skill
2. Mencari founder dan co-founder (hacker, hipster, hustler) yang sevisi dan semisi
3. Membuat roadmap yang jelas untuk startupnya
4. Saling menghormati tim, jika ada masalah fokus ke solusi dan diselesaikan dengan attitude yang baik.